



EDITORIAL

John Papadimitriou,
Chief Communications Officer MSCOMM

In **BEYOND**'s seventh newsletter we explore the uses of augmented and virtual reality in communication and marketing, in our interview with **Niky Ellison**, Head of Marketing & Communications "We are immersive", a British company. Furthermore, **IANIC** explains the capabilities of **IoT SmartVille**, a unified online IoT and artificial intelligence platform, while **Apifon** shares with us its vision of a future where transaction and information will take place through simple messages. Finally, **Panagiotis Tsantilas**, President & CEO of PaloServices, describes how the innovative **PaloPro** platform monitors and analyzes the reputation of brands, companies, products, organizations and individuals online.



INTERVIEW



Niky Ellison,
Head of Marketing & Communications
"We are immersive"

[Read more >](#)

The SmartVille IoT Platform



Angelos Dragkolas,
Chairman & CEO of IANIC

[Read more >](#)

Vlassis Vlassiou,
Chief Revenue
Officer Apifon

The vision for transactions through direct messages

[Read more >](#)

INTERVIEW



Panagiotis Tsantilas,
President & CEO Paloservices

[Read more >](#)

Stay tuned:
beyond-expo.gr



The Beyonders



Niky Ellison,
Head of Marketing
& Communications "We are immersive"

1. To what extent the brands/companies have started using VR or AR experiences? Is it something widespread or we are talking about a few cases?

Most major brands have begun their exploration of VR or AR, for some this is a due diligence exercise and for others, it is a genuine venture and forms part of a wider innovation strategy. Augmented Reality has been used in marketing campaigns since 2008 when BMW showcased the power of interactive marketing to the world. In the 14 years since the technology has evolved, the consumer expectation of content has grown alongside it. Huge international brands like Nike, L'Oreal, IKEA and Amazon have all rolled out VR & AR experiences to consumers. The next wave of content isn't just coming, it's already here.

2. Which business sectors have developed more such kinds of experiences and why?

It's easy to say that the technology sector has been most affected by the widespread growth in immersive technology but in fact, this technology has seen a huge increase in adoption from fashion companies, from digital fashion to virtual try-on services the fashion industry and grabbed the opportunity with both hands and cemented themselves as vanguards of a new media age.

3. Could you please describe VR or AR applications that would be useful for a state or for a public organization? How can states use VR/AR to improve their services?

VR & AR are powerful visualization tools, and the market is beginning to recognize the power of AR as a Navigation tool, having AR twins of state-owned buildings or Parks with highlighted information could allow for families or those with disabilities to better plan visits. Additionally, to this, we have seen a huge increase in VR used to help increase tourism by showcasing the city or country in VR as a taste of the true experience.

4. What are the ethical issues that arise from the use of AR/VR?

With all technical developments there are conversations to be had around why these leaps are being made and what effects will they have further afield. As VR & AR become more commonplace, we need to look at their effect on society. Futurists predict more and more of our lives will take place in virtual spaces and our identities will become increasingly linked to our digital avatars, this raises questions around identity, security and even the emotional toll of digital death, we need to have safeguards in place sooner rather than later to ensure we avoid creating a generation that believes their virtual avatar is more important than their physical body.



< **BACK**



Angelos Dragkolas,
Chairman & CEO of IANIC

The **SmartVille**
IoT Platform



Διαβάστε
περισσότερα >



Vlassis Vlassiou,
Chief Revenue
Officer Apifon

The **vision**
for transactions
through direct
messages



Διαβάστε
περισσότερα >



Panagiotis Tsantilas,
President & CEO Paloservices

INTERVIEW

Διαβάστε
περισσότερα >



The Beyonders

The SmartVille IoT Platform



Angelos Dragkolas,
Chairman & CEO of IANIC



"Organizations and businesses should reinvent themselves digitally, not only for their sustainability, but also in order to successfully fulfill their social and environmental role."

We live in an interconnected world characterized by intense social, technological, and climatic changes, with the sheer volume of information and constant connectivity exerting enormous influence and digitally erasing borders. For these reasons, the digital transition is not an option, but a necessary condition for the viability of organizations and businesses and the proper performance of their social and environmental role.

In this era of Digital Transformation and Big Data, IoT **SmartVille**, IANIC's unified web **SmartVille** IoT and AI management platform, is a powerful and reliable business intelligence tool, considering the undeniable power of data and their effective visual analysis. With visuals such as lists, charts, maps and tables, we can easily view and understand pat-

terns, trends, outliers and deviations. Thus, data become more easily shareable, digestible and accessible by more people in an organization, while leading to more solid strategic decisions.

SmartVille IoT Platform integrates data from different sources and analyzes them directly in a visual context through interactive tables. In addition, machine learning and algorithms reveal patterns of future performance and drive the right planning and action.

In other words, **SmartVille** IoT Platform transforms billions of data (Big Data) from sensors, meters and IoT devices connected through communication networks into understandable information that helps improve the operation and enhance the performance of both organizations, public and private, as well as cities in their entirety, with the aim of saving valuable resources and improving urban everyday life.



< BACK

INTERVIEW



Niky Ellison,
Head of Marketing & Communications
"We are immersive"

Διαβάστε
περισσότερα >



Vlassis Vlassiou,
Chief Revenue
Officer Apifon

The
vision
for transactions
through direct
messages

Διαβάστε
περισσότερα >



Panagiotis Tsantilas,
President & CEO Paloservices

Διαβάστε
περισσότερα >



The Beyonders

The vision for transactions through direct messages

apifon[®]



Vlassis Vlassiou,
Chief Revenue
Officer Apifon

Apifon envisions a near future where transactions and information will take place through simple messages. This is the company's innovative (pioneering) proposal: The creation of a platform that will be easy to use for businesses of all sizes, to be able to communicate with their customers, existing and potential, via email or messages (Viber, SMS, etc.). In this way, businesses, that didn't have access to marketing tools until now, will have the opportunity to open channels of communication with their customers.

This, on the one hand, aims to broaden the existing clientele, establish a more stable and solid contact, as well as to optimize the customer experience, and, on the other hand, to expand and develop the business. This becomes even easier and more feasible, thanks to the ability the **Apifon** platform provides to businesses of any size to create even better advertising campaigns, using automation and leveraging multiple communication channels. Thus, **Apifon** ensures that the message reaches its destination!

Apifon's goal is to turn our daily transactions into a process no different in any way from a simple conversation one has with a store representative on any known messaging platform on the market. The technological innovations that are being designed and are put in operation aim to serve this goal: A platform that establishes a two-way connection between a business and its audience, to directly serve the latter's needs.

That's why **Apifon** connects with any system or telecommunications provider its customers need (Integration), offers the best possible experience to the users of its services (UX/UI), and enriches its platform with the possibilities provided by artificial intelligence technologies, for a more complete understanding of the goals and the desires of its users. **Apifon** has proven that communication through messages is the simplest, fastest, two-way, and at the same time particularly effective way of contacting any audience.

< BACK

INTERVIEW



Niky Ellison,
Head of Marketing & Communications
"We are immersive"

Διαβάστε
περισσότερα >

The SmartVille IoT Platform



Angelos Dragkolas,
Chairman & CEO of IANIC

Διαβάστε
περισσότερα >

INTERVIEW



Panagiotis Tsantilas,
President & CEO Paloservices

Διαβάστε
περισσότερα >



The Beyonders

AI@Social Intelligence



Panagiotis Tsantilas,
President & CEO Paloservices

1. What is the PaloPro service/platform?

PaloPro is an innovative SaaS platform for Web & Social Intelligence, having as its main goal the monitoring and analyzing of the reputation of brands, companies, products, organizations and individuals on the Internet. The platform can be adapted to each customer's needs, who can create as many dashboards as he/she wishes by utilizing more than 20 platform components/widgets. With quantitative and qualitative methods of research and analysis (paloanalytics), it identifies and presents the important topics of discussion, the sentiments that are created, even the emotions and, of course, many more indicators for measuring the digital 'image' of a brand.

2. What technology the service you provide today is based on? How exactly does it work?

The service is based on sophisticated artificial intelligence models that came from deep learning architectures (Deep Learning) and aims to extract sentiment and emotions by analyzing the natural language of written texts. Our platform automatically collects, processes and analyzes data from the Web and social media, creating multiple deep learning models, a general one and multiple branches, depending on the organization, and self-optimizing its parameters without human intervention. These models are specialized in the Greek language and are being upgraded in collaboration with leading Greek universities. Following, the models can extract the sentiment of the text with a high accuracy rate exceeding 80%, contributing to risk analysis, brand marketing and user experience of a product and a service.

3. What other application capabilities does your service have? Where can it be useful?

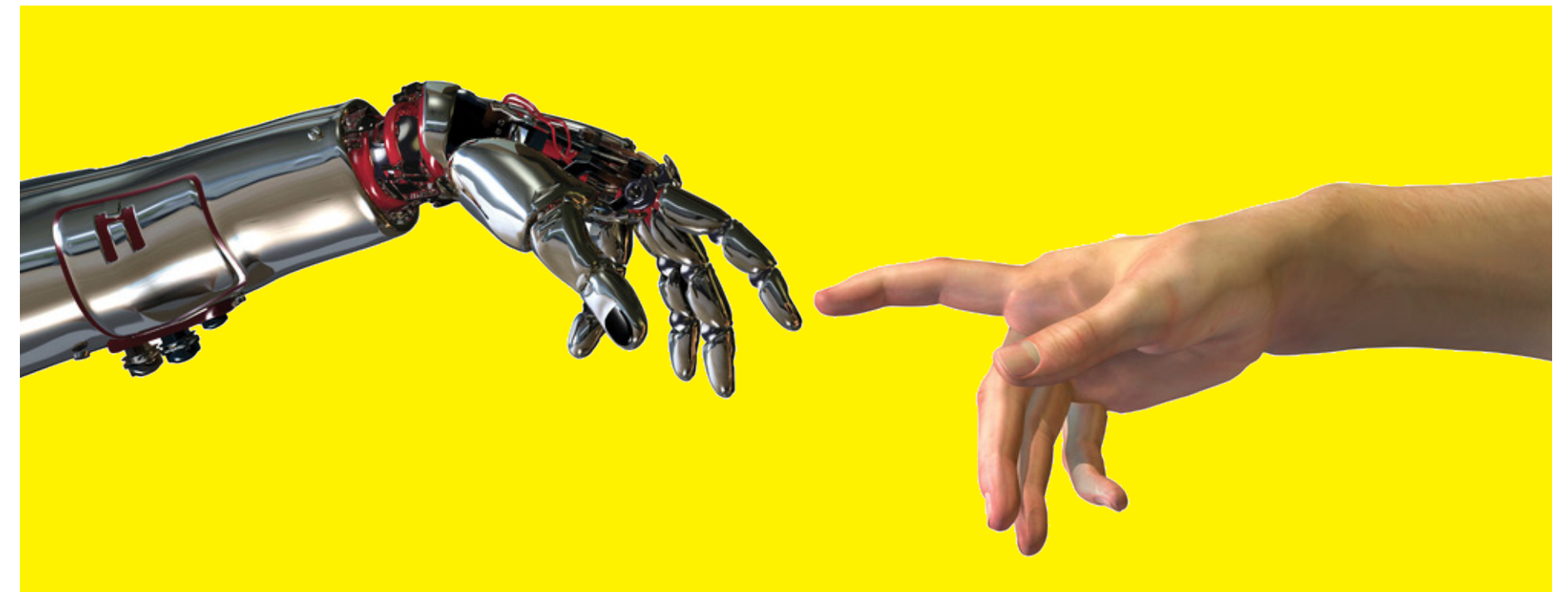
The capabilities of our algorithms and models do not stop at the processing of data/texts from the internet, since these models can be used in other Greek texts as well, which the customer will send us or we will search for online. Indicatively, our technology can be of use in an organization's Customer Experience (CX), by analyzing content created by the customers themselves mainly in the CRM and elsewhere (contact points), as well as in human resources (HR) departments by analyzing even communication texts sent between employees.

4. What is your current involvement in research projects and which research institutions do you collaborate with?

Our company participates in **two important 'Research - Create - Innovate' projects** in collaboration with **eight Greek research institutions**, such as NTUA, UOA, AUEB, AUTH, Univ. of the Aegean, Harokopio, Univ. of the Peloponnese and Panteion. Through these projects we have over **20 publications** in international journals and conferences. The PaloAnalytics platform is the first project and offers full monitoring and analysis of reports, both on Social Media and on traditional news sites and blogs, while at the same time it creates a homogenized picture for all countries and markets of interest in a single, English-speaking environment. The "astroturfing" tool, our second project, aims to detect organized disinformation actions through modeling the spread of fake news in social media, an innovative application that for the first time is offered in the Greek language.

5. What do you think about the shaping of the ecosystem in Greece? What are the challenges it faces and what are its growth opportunities?

Recently, there has been a great momentum regarding the field, with main axes e-commerce, AI/Big Data, IOT, 5G & 6G, as well as software for Tourism and Shipping. The main challenges the Greek ecosystem is called to face are **extroversion** and the **globalization** of applications and services, the **lack of specialized personnel** especially in technology, as well as **the small number of technology executives that graduate** from Higher Education Institutions at undergraduate and postgraduate level. Finally, it is imperative that the state must take bold steps, as, for example, happened with neighboring Romania, where innovative businesses have almost **zero taxation** and immigration for establishing start-ups is booming.



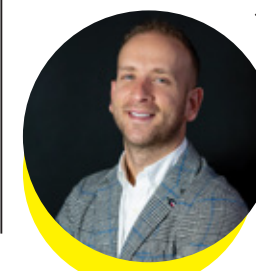
< BACK

INTERVIEW



Niky Ellison,
Head of Marketing & Communications
"We are Immersive"

Διαβάστε
περισσότερα >



Angelos Dragkolas,
Chairman & CEO of IANIC

The SmartVille
IoT Platform



Διαβάστε
περισσότερα >



Vlassis Vlassioulou,
Chief Revenue
Officer Apifon

The vision
for transactions
through direct
messages

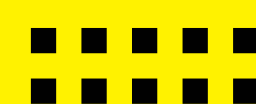
Διαβάστε
περισσότερα >



EDITORIAL

του Γιάννη Παπαδημητρίου,
Chief Communications Officer MSCOMM

Στο έβδομο newsletter της **BEYOND** διερευνούμε τις χρήσεις της επαυξημένης και της εικονικής πραγματικότητας στην επικοινωνία και στο μάρκετινγκ, συζητώντας με τον **Niky Ellison**, Επικεφαλής Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας της βρετανικής εταιρείας **"We are immersive"**. Επίσης, η εταιρεία **IANIC** εξηγεί τις δυνατότητες της **SmartVille**, μιας ενοποιημένης διαδικτυακής πλατφόρμας IoT και τεχνητής νοημοσύνης, ενώ η εταιρεία **Apifon** μοιράζεται το όραμά της για ένα μέλλον όπου η συναλλαγή και η ενημέρωση θα πραγματοποιούνται μέσω απλών μηνυμάτων. Τέλος, ο **Παναγιώτης Τσαντίλας**, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της **PaloServices**, περιγράφει πώς η καινοτόμα πλατφόρμα **PaloPro** παρακολουθεί και αναλύει τη φήμη των μαρκών, εταιρειών, προϊόντων, οργανισμών και προσώπων στο διαδίκτυο.



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ



Niky Ellison,
Επικεφαλής Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας
"We are immersive"

Διαβάστε
περισσότερα >



Η πλατφόρμα SmartVille



Άγγελος Δραγκόλας,
Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος IANIC

Διαβάστε
περισσότερα >



Βλάσης Βλασίου,
Chief Revenue Officer
στην Apifon

Το όραμα για συναλλαγές μέσω απλών mηνυμάτων



Διαβάστε
περισσότερα >



Παναγιώτης Τσαντίλας,
Ιδρυτής & Διευθύνων Σύμβουλος
της PaloServices

Διαβάστε
περισσότερα >

Μείνετε συντονισμένοι:
beyond-expo.gr



The Beyonders



Niky Ellison,
Επικεφαλής Μάρκετινγκ
& Επικοινωνίας "We are immersive"

1. Σε ποιο βαθμό οι εμπορικές επωνυμίες/εταιρείες έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν εμπειρίες VR ή AR; Είναι κάτι διαδεδομένο ή μιλάμε για λίγες περιπτώσεις;

Οι περισσότερες μεγάλες εμπορικές επωνυμίες έχουν αρχίσει να εξερευνούν το VR ή το AR. Για ορισμένες αυτό αποτελεί εφαρμογή της δέουσας επιμέλειας και για άλλες είναι ένα γνήσιο εγχείρημα και αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής καινοτομίας. Η Επαυξημένη Πραγματικότητα χρησιμοποιείται σε εκστρατείες μάρκετινγκ από το 2008, όταν η BMW παρουσίασε τη δύναμη του διαδραστικού μάρκετινγκ στον κόσμο. Στα 14 χρόνια κατά τα οποία η τεχνολογία εξελίχθηκε, μαζί με αυτήν αυξήθηκε και η προσδοκία των καταναλωτών για περιεχόμενο. Τεράστιες διεθνείς εμπορικές επωνυμίες, όπως η Nike, η L'Oreal, η IKEA και η Amazon έχουν μεταφέρει τις VR και AR εμπειρίες μας στους καταναλωτές. Το επόμενο κύμα περιεχομένου δεν έρχεται απλώς, είναι ήδη εδώ.

2. Ποιοι επιχειρηματικοί τομείς έχουν αναπτύξει περισσότερες εμπειρίες τέτοιου είδους και γιατί;

Είναι εύκολο να πούμε ότι ο τομέας της τεχνολογίας έχει επηρεαστεί περισσότερο από την ευρεία ανάπτυξη της εμβυθιστικής τεχνολογίας, αλλά, στην πραγματικότητα, αυτή η τεχνολογία έχει δει μια τεράστια αύξηση με την υιοθέτησή της από εταιρείες μόδας, από την ψηφιακή μόδα έως τις υπηρεσίες εικονικής δοκιμής, οι οποίες άδραξαν την ευκαιρία και με τα δύο χέρια και εδραιώθηκαν ως πρωτοστάτες μιας νέας εποχής των μέσων επικοινωνίας.

3. Θα μπορούσατε να περιγράψετε εφαρμογές VR ή AR που θα ήταν χρήσιμες για ένα κράτος ή έναν δημόσιο οργανισμό; Πώς μπορούν τα κράτη να χρησιμοποιήσουν το VR/AR για να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους;

Τα VR & AR είναι ισχυρά εργαλεία οπτικής αναπαράστασης και η αγορά αρχίζει να αναγνωρίζει τη δύναμη του AR ως εργαλείου πλοήγησης, καθώς τα πανομοιότυπα μέσω AR κρατικά κτίρια ή πάρκα με τονισμένες πληροφορίες θα μπορούσαν να επιτρέψουν σε οικογένειες ή άτομα με αναπηρία να προγραμματίσουν καλύτερα τις επισκέψεις τους. Επιπλέον, έχουμε δει μια τεράστια αύξηση στη χρήση του VR ως εργαλείου που βοηθάει στην αύξηση του τουρισμού, παρουσιάζοντας την πόλη ή τη χώρα σε VR ως μια γεύση της αληθινής εμπειρίας.

4. Ποια είναι τα ηθικά ζητήματα που προκύπτουν από τη χρήση των AR/VR;

Για όλες τις τεχνικές εξελίξεις, πρέπει να γίνουν συζητήσεις σχετικά με το γιατί γίνονται αυτά τα άλματα και τι επιπτώσεις θα έχουν ευρύτερα. Καθώς το VR και το AR γίνονται όλο και πιο συνηθισμένα, πρέπει να εξετάσουμε την επίδρασή τους στο κοινωνικό σύνολο. Οι μελλοντολόγοι προβλέπουν ότι ολόένα και μεγαλύτερο μέρος από τη ζωή μας θα λαμβάνει χώρα σε εικονικούς χώρους και οι ταυτότητές μας θα συνδέονται όλο και περισσότερο με τα ψηφιακά μας avatar. Αυτό εγείρει ερωτήματα σχετικά με την ταυτότητα, την ασφάλεια και ακόμη και το συναισθηματικό κόστος του ψηφιακού θανάτου. Χρειάζεται να λάβουμε μέτρα προστασίας όσο γίνεται πιο νωρίς, ώστε να διασφαλίσουμε ότι θα αποφύγουμε τη δημιουργία μιας γενιάς που θα πιστεύει ότι το εικονικό της avatar είναι πιο σημαντικό από το φυσικό της σώμα.



< ΠΙΣΩ



Άγγελος Δραγκόλας,
Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος IANIC

Διαβάστε
περισσότερα >



Βλάσης Βλασίου,
Chief Revenue Officer
στην Apifon

Διαβάστε
περισσότερα >



Παναγιώτης Τσαντίλας,
Ιδρυτής & Διευθύνων Σύμβουλος
της PaloServices

Διαβάστε
περισσότερα >

Η πλατφόρμα
SmartVille



Το **όραμα**
για συναλλαγές
μέσω απλών
μηνυμάτων

apifon

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ



The Beyonders

Η πλατφόρμα SmartVille



IANIC

Member of Olympios Group



Άγγελος Δραγκόλας,
Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος IANIC

«Οργανισμοί κι επιχειρήσεις οφείλουν να επανεφεύρουν τον εαυτό τους ψηφιακά, όχι μόνο για τη βιωσιμότητά τους, αλλά και για να επιτελέσουν επιτυχώς τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό τους ρόλο.»

Ζούμε σε έναν αλληλένδετο κόσμο που χαρακτηρίζεται από έντονες αλλαγές σε κοινωνικό, τεχνολογικό και κλιματικό επίπεδο, με τον τεράστιο όγκο των πληροφοριών και τη διαρκή συνδεσιμότητα να ασκούν τεράστια επιρροή και να καταργούν ψηφιακά τα σύνορα. Για τους λόγους αυτούς, η ψηφιακή μετάβαση δεν αποτελεί επιλογή, αλλά απαραίτητη προϋπόθεση βιωσιμότητας οργανισμών κι επιχειρήσεων λαμβάνοντας κι ορθής επιτέλεσης του κοινωνικού και περιβαλλοντικού τους ρόλου.

Σ' αυτήν την εποχή του Ψηφιακού Μετασχηματισμού και των Μεγάλων Δεδομένων, το **SmartVille**, η ενοποιημένη διαδικτυακή πλατφόρμα διαχείρισης IoT και AI της IANIC, αποτελεί ένα ισχυρό κι αξιόπιστο εργαλείο επιχειρηματικής ευφυΐας, λαμβάνοντας υπόψιν την αδιαμφισβήτητη δύναμη των δεδομένων και της αποτελεσματικής οπτικής τους ανάλυσης.

Με οπτικά στοιχεία όπως λίστες, γραφήματα, χάρτες και πίνακες, μπορούμε εύκολα να προβάλλουμε και να κατανοήσουμε μοτίβα, τάσεις, ακραίες τιμές και αποκλίσεις. Έτσι, τα δεδομένα γίνονται πιο εύκολα κοινοποιήσιμα, εύπεπτα και προσβάσιμα από περισσότερα άτομα σε έναν οργανισμό, ενώ οδηγούν σε πιο στέρεες αποφάσεις στρατηγικής σημασίας.

Το **SmartVille** ενσωματώνει δεδομένα από διαφορετικές πηγές και τα αναλύει απευθείας σε ένα οπτικό πλαίσιο μέσω διαδραστικών πινάκων. Επιπλέον, οι μηχανικές διεργασίες, οι αλγόριθμοι και η μηχανική μάθηση αποκαλύπτουν μοτίβα μελλοντικής απόδοσης και προωθούν τον σωστό σχεδιασμό και ανάληψη δράσης.

Με άλλα λόγια, το **SmartVille** μετατρέπει δισεκατομμύρια δεδομένα (Big Data) από αισθητήρες, μετρητές και συσκευές IoT συνδεδεμένες μέσω επικοινωνιακών δικτύων σε εύληπτες πληροφορίες που συμβάλλουν στη βελτίωση της λειτουργίας και στην ενίσχυση της απόδοσης τόσο των οργανισμών, δημόσιων και ιδιωτικών, όσο και των πόλεων στο σύνολό τους, με στόχο την εξοικονόμηση πολύτιμων πόρων και τη βελτίωση της αστικής καθημερινότητας και της ποιότητας ζωής των πολιτών.



< ΠΙΣΩ

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ



Niky Ellison,
Επικεφαλής Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας
"We are immersive"

Διαβάστε
περισσότερα >



Βλάσης Βλασίου,
Chief Revenue Officer
στην Apifon

Το **όραμα**
για συναλλαγές
μέσω απλών
μηνυμάτων

Διαβάστε
περισσότερα >

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ



Παναγιώτης Τσαντίλας,
Ιδρυτής & Διευθύνων Σύμβουλος
της PaloServices

Διαβάστε
περισσότερα >



The Beyonders

Το όραμα για συναλλαγές μέσω απλών μηνυμάτων



Βλάσης Βλασίου,
Chief Revenue Officer
στην Apifon

Η **Apifon** οραματίζεται ένα άμεσο μέλλον όπου οι συναλλαγές και η ενημέρωση θα συμβαίνουν μέσω απλών μηνυμάτων. Αυτή είναι η καινοτόμα (πρωτοποριακή) πρόταση της εταιρείας: Η δημιουργία μιας πλατφόρμας, που να είναι εύκολη στη χρήση για επιχειρήσεις κάθε μεγέθους, ώστε αυτές να επικοινωνήσουν με τους πελάτες τους, υπάρχοντες και δυνητικούς, μέσω email ή μηνυμάτων (Viber, SMS, κλπ.). Με αυτόν τον τρόπο, δίνεται η ευκαιρία σε επιχειρήσεις που δεν είχαν μέχρι τώρα πρόσβαση σε εργαλεία marketing, να ανοίξουν διαύλους επικοινωνίας με το πελατολόγιό τους.

Αυτό, στοχεύει αφενός στην εμβάθυνση του υπάρχοντος πελατολογίου, στο χτίσιμο μιας πιο σταθερής και στέρεης επαφής, και της βελτιστοποίησης της εμπειρίας των πελατών, αφετέρου στην επέκταση και ανάπτυξη του business. Αυτό γίνεται ακόμη πιο εύκολο και εφικτό, με τη δυνατότητα που παρέχει η πλατφόρμα της **Apifon** σε κάθε μεγέθους επιχείρηση, στο να δημιουργεί ακόμη καλύτερες διαφημιστικές καμπάνιες, με χρήση αυτοματισμών και αξιοποίηση πολλαπλών καναλιών επικοινωνίας. Έτσι, η **Apifon**, διασφαλίζει πως το μήνυμα φτάνει στον προορισμό του!

Στόχος της εταιρείας είναι να μετατρέψει τις καθημερινές συναλλαγές μας σε μια διαδικασία η οποία δεν θα διαφέρει σε τίποτα από μια απλή συζήτηση με κάποιον εκπρόσωπο καταστήματος σε κάθε γνωστή πλατφόρμα ανταλλαγής μηνυμάτων στην αγορά. Οι τεχνολογικές καινοτομίες που σχεδιάζονται και λειτουργούν, αποσκοπούν στο να υπηρετήσουν αυτόν τον στόχο: μίας πλατφόρμας που να συνδέει αμφίδρομα την επιχείρηση με το κοινό της για την άμεση εξυπηρέτηση των αναγκών τους. Γι' αυτό η **Apifon** φροντίζει να συνδέεται με ό,τι σύστημα ή πάροχο τηλεπικοινωνιών χρειάζεται η πελατεία της (Integration), να παρέχει την καλύτερη δυνατή εμπειρία στους χρήστες των υπηρεσιών της (UX/UI) και να εμπλουτίζει την πλατφόρμα της με δυνατότητες που δίνουν οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης για πληρέστερη κατανόηση των στόχων και επιθυμιών των χρηστών της.

Η **Apifon** έχει αποδείξει ότι η επικοινωνία μέσω μηνυμάτων είναι ο πιο απλός, γρήγορος, αμφίδρομος, και ταυτόχρονα ιδιαιτέρως αποτελεσματικός τρόπος επαφής με οποιοδήποτε ακροατήριο.

< ΠΙΣΩ

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ



Niky Ellison,
Επικεφαλής Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας
"We are immersive"

Διαβάστε
περισσότερα >

Η πλατφόρμα SmartVille



Άγγελος Δραγκόλας,
Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος IANIC

Διαβάστε
περισσότερα >

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ



Παναγιώτης Τσαντίλας,
Ιδρυτής & Διευθύνων Σύμβουλος
της PaloServices

Διαβάστε
περισσότερα >



The Beyonders

Τεχνητή Νοημοσύνη στο Social Intelligence



Παναγιώτης Τσαντίλας,
Ιδρυτής & Διευθύνων
Σύμβουλος της PaloServices

1. Ποια είναι η υπηρεσία/πλατφόρμα PaloPro;

Το PaloPro είναι μια καινοτόμα SaaS πλατφόρμα για Web & Social Intelligence με κύριο στόχο την παρακολούθηση και την ανάλυση της φήμης των μαρκών, εταιρειών, προϊόντων, οργανισμών και προσώπων στο διαδίκτυο. Η πλατφόρμα μπορεί να προσαρμόζεται ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε πελάτη, ο οποίος μπορεί να δημιουργήσει όσα dashboards επιθυμεί, αξιοποιώντας πάνω από 20 components/widgets της πλατφόρμας. Με ποσοτικές και ποιοτικές μεθόδους έρευνας και ανάλυσης (paloanalytics) εντοπίζει και παρουσιάζει τα σημαντικά θέματα συζήτησης, τα συναισθήματα που δημιουργούνται ακόμα και τα emotions και φυσικά πολλούς ακόμα δείκτες μέτρησης της ψηφιακής 'εικόνας' μιας μάρκας.

2. Σε τι τεχνολογία βασίζεται η υπηρεσία που παρέχετε σήμερα; Πώς ακριβώς λειτουργεί;

Η υπηρεσία βασίζεται σε εξελιγμένα μοντέλα τεχνητής νοημοσύνης, που προκύπτουν από αρχιτεκτονικές βαθιάς εκμάθησης (Deep Learning) και έχει στόχο την εξαγωγή συναισθήματος και emotions αναλύοντας τη φυσική γλώσσα των γραπτών κειμένων. Η πλατφόρμα μας συγκεντρώνει αυτόματα, επεξεργάζεται και αναλύει δεδομένα από το Web και τα social media, δημιουργώντας πολλαπλά μοντέλα βαθιάς εκμάθησης, ένα γενικό και πολλαπλά κλαδικά αναλόγως τον οργανισμό, πραγματοποιώντας αυτο-βελτιστοποιήσεις στις παραμέτρους του χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση. Τα μοντέλα αυτά εξειδικεύονται στην ελληνική γλώσσα και αναβαθμίζονται σε συνεργασία με κορυφαία ελληνικά πανεπιστήμια. Στη συνέχεια, τα μοντέλα μπορούν να εξάγουν το συναίσθημα του κειμένου σε υψηλό ποσοστό ακρίβειας που ξεπερνά το 80% συμβάλλοντας στο risk analysis, brand marketing και user experience ενός προϊόντος και υπηρεσίας.

3. Τι άλλες δυνατότητες εφαρμογής έχει η υπηρεσία σας; Πού μπορεί να φανεί χρησιμική;

Οι δυνατότητες των αλγόριθμων και των μοντέλων μας δεν σταματούν στην επεξεργασία δεδομένων/κειμένων από το διαδίκτυο, αλλά μπορούν να αξιοποιηθούν και σε οποιαδήποτε άλλα κείμενα της ελληνικής γλώσσας που είτε θα μας αποστείλει ο πελάτης είτε θα αναζητήσουμε εμείς online. Ενδεικτικά, η τεχνολογία μας μπορεί να είναι χρήσιμη τόσο στο Customer Experience (CX) ενός οργανισμού, αναλύοντας περιεχόμενο που δημιουργείται από τους ίδιους τους πελάτες κυρίως στο CRM αλλά και σε άλλα σημεία(contact points), όσο και σε τμήματα διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού (HR) αναλύοντας ακόμα και κείμενα επικοινωνίας μεταξύ των εργαζομένων.

4. Ποια είναι η συμμετοχή σας σήμερα σε ερευνητικά έργα και με ποια ερευνητικά ιδρύματα έχετε συνεργασία;

Η εταιρεία μας συμμετέχει σε 2 σημαντικά έργα 'Ερευνώ - Δημιουργώ - Καινοτομώ' σε συνεργασία με 8 ελληνικά ερευνητικά ιδρύματα όπως τα ΕΜΠ, ΕΚΠΑ, ΟΠΑ, ΑΠΘ, Παν. Αιγαίου, Χαροκόπειο, Παν. Πελοποννήσου και Πάντειο. Μέσα από τα έργα αυτά έχουμε πετύχει πάνω από 20 δημοσιεύσεις σε παγκόσμια περιοδικά και συνέδρια. Η πλατφόρμα PaloAnalytics είναι το πρώτο έργο και προσφέρει πλήρη παρακολούθηση και ανάλυση των αναφορών, τόσο σε Social Media όσο στα παραδοσιακά ειδησεογραφικά sites και blogs, ενώ παράλληλα συνθέτει μια ομογενοποιημένη εικόνα για όλες τις χώρες και αγορές ενδιαφέροντος σε ένα ενιαίο, αγγλόφωνο περιβάλλον. Το εργαλείο «astroturfing», το δεύτερο έργο μας, στοχεύει στην ανίχνευση οργανωμένων ενεργειών παραπληροφόρησης μέσω της μοντελοποίησης της διασποράς ψευδών ειδήσεων στα Κοινωνικά Μέσα μια καινοτόμα εφαρμογή που γίνεται για πρώτη φορά στην ελληνική γλώσσα.

5. Πώς βλέπετε να διαμορφώνεται το οικοσύστημα στην Ελλάδα; Ποιες οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει και ποιες οι ευκαιρίες ανάπτυξης του;

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια πολύ μεγάλη δυναμική γύρω από τον χώρο με βασικούς άξονες τους τομείς του e-commerce, AI/Big Data, IOT, 5G & 6G καθώς και τα λογισμικά για τον Τουρισμό και τη Ναυτιλία. Οι προκλήσεις που καλείται να αντιμετωπίσει το ελληνικό οικοσύστημα είναι κυρίως η εξωστρέφεια και η παγκοσμιοποίηση των εφαρμογών και υπηρεσιών, η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού ειδικά στην τεχνολογία καθώς και ο ρυθμός παραγωγής στελεχών τεχνολογίας από τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα σε προπτυχιακό αλλά και σε μεταπτυχιακό επίπεδο. Τέλος, υπάρχει σημαντική ανάγκη για τολμηρά βήματα από τον κρατικό μηχανισμό, όπως συμβαίνει για παράδειγμα στη γειτονική Ρουμανία όπου οι καινοτόμες επιχειρήσεις έχουν σχεδόν μηδενική φορολόγηση και η μετανάστευση για την ίδρυση νεοφυών εταιρειών ανθίζει.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ



Niky Ellison,
Επικεφαλής Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας
"We are immersive"

[Διαβάστε περισσότερα >](#)



Η πλατφόρμα SmartVille



Άγγελος Δραγκόλας,
Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος IANIC

[Διαβάστε περισσότερα >](#)



Βλάσης Βλασίου,
Chief Revenue Officer
στην Apifon

Το **όραμα**
για συναλλαγές
μέσω απλών
μηνυμάτων

[Διαβάστε περισσότερα >](#)

< **ΠΙΣΩ**