

Accenture: Pendaftaran untuk Accenture Consumer Innovation Awards akan Segera Berakhir

Lebih banyak perusahaan Indonesia berpartisipasi dalam putaran ke-dua program ini yang membantu perkembangan inovasi teknologi untuk merek barang konsumsi, perjalanan dan perusahaan ritel

JAKARTA, 15 Agustus 2016 – Pendaftaran Accenture Consumer Innovation Awards (ACIA) putaran kedua akan segera ditutup. Penghargaan ini dirancang untuk memberikan pengakuan bagi perusahaan rintisan (*start-up*) yang telah memainkan peranan besar dalam mengubah dan memperbarui cara orang berbelanja dan berinteraksi dengan merek barang konsumsi, perjalanan, dan perusahaan ritel. Finalis yang terpilih akan tampil di hadapan panel juri eksklusif, yang terdiri dari para eksekutif senior dari perusahaan merek global ternama, pembentuk opini terkemuka, dan investor keuangan di industri. Sampai dengan 11 Agustus, pihak penyelenggara telah menerima 140 pendaftar, 55 diantaranya berasal dari Asia Pasifik – 35 pasar yang berbeda. Sekitar 8 pendaftar berasal dari Indonesia.

Pada putaran pertama yang dibuka pada Februari 2016 lalu, Snapcart, finalis dari Indonesia, berhasil memenangkan penghargaan untuk kategori [“Give ME Omni-Personalisation”](#). Snapcart mengembangkan jaringan *big data* yang berbasis pembelian terbesar di Asia, dengan cara mengumpulkan informasi bukti pembayaran dari para pembelanja, dan menghadiahi mereka dengan *cashback* untuk mengambil foto bukti pembelanjaannya. Bekerja sama dengan lebih dari 50 merek, Snapcart memberikan solusi analisis *real-time* dan alat pemasaran yang mampu memberikan pemahaman mendalam bagi merek, serta interaksi personal secara langsung dengan bagian yang dihargai oleh konsumen mereka.

Sebagai sponsor utama konferensi [Millennial 20/20 Asia Pasifik \(APAC\)](#) di Singapura pada 7-8 September 2016, Accenture kembali mengundang perusahaan rintisan, pencipta alat-alat pemasaran, platform *e-commerce*, dan penyedia teknologi untuk mendaftarkan diri dalam empat kategori penghargaan. Pendaftar dapat mengakses informasi lebih lengkap melalui tautan <https://www.f6s.com/accentureconsumerinnovationawardsapac> hingga 20 Agustus 2016.

Teo Correia, Senior Managing Director untuk Consumer Goods and Services di Accenture mengatakan: “Melanjutkan kesuksesan dari [acara pembukaan Accenture Consumer Innovation Awards pada April lalu di London](#), saya berharap dapat menemukan kelompok wirausaha lain yang membawa terobosan-terobosan baru. Pemenang dari tiap kategori akan memperoleh akses langsung ke para ahli di sektor target pelanggan mereka; dan di sisi lain, sektor-sektor juga memperoleh terpaan teknologi mutakhir ketika dia sedang berkembang.”

Accenture Consumer Innovation Awards dirancang untuk merayakan dan memperlihatkan perusahaan-perusahaan rintisan dan organisasi skala kecil yang membuat terobosan besar dalam sektor barang konsumsi, perjalanan, dan sektor ritel. Pemenang keempat kategori akan diumumkan pada saat konferensi Millennial 20/20 Asia Pasifik (APAC) berlangsung di Singapura. Selain menerima penghargaan, pemenang juga akan diberikan akses ke tim ahli industri di Accenture untuk mendapatkan nasihat dan konsultasi tentang bagaimana mengembangkan area-area tertentu dalam bisnis mereka dan mendapatkan akses ke klien.

Prihadiyanto, Managing Director Product Lead Accenture Indonesia mengatakan: “Di Accenture, kami percaya bahwa inovasi teknologi adalah kunci untuk melakukan transformasi dalam industri barang konsumsi, perjalanan, dan sektor ritel. Perusahaan-perusahaan tahap awal sangatlah penting bagi industri sebagaimana kita ingin menumbuhkan generasi penerus *e-commerce* digital. Kami percaya bahwa penting sekali untuk mempertemukan organisasi-organisasi inovasi ini dengan perusahaan-perusahaan besar agar kita semua dapat bekerja sama untuk menghadapi kebutuhan konsumen yang terus berkembang dan berubah.”

Empat kategori dalam Accenture Consumer Innovation Awards adalah sebagai berikut:

“Get ME in the store, spending more”

- Tantangan: Konsumen saat ini dihadapkan dengan banyak pilihan; sementara selera dan ketertarikan mereka lebih beragam dari sebelumnya. Menargetkan dan menarik perhatian mereka ke suatu merek, serta membuat mereka bertahan dan meningkatkan pembelanjaan adalah sulit.
- Contoh: Solusi yang secara langsung meningkatkan angka penjualan, jumlah pelanggan ritel dan pengenalan merek, baik *offline* dan *online*.

“Give ME what I want, when and where I want it”

- Tantangan: Konsumen semakin menghendaki solusi yang disesuaikan dan pengalaman yang personal, serta fleksibilitas dan pilihan yang sesuai dengan gaya hidup mereka, baik dari sisi desain produk dan ketersediaan, hingga pengiriman dan pengembalian. Bagaimana para peritel dan merek mendesain penawaran mereka sebaik mungkin seiring berubahnya kebutuhan konsumen?
- Contoh: Solusi yang dapat memahami perilaku dan permintaan konsumen untuk mengembangkan desain produk, distribusi, manajemen stok barang, dan logistik untuk menyesuaikan dengan kebutuhan mereka.

“Make ME love my brands, digitally and physically”

- Tantangan: Merek harus mengambil kesempatan untuk menggunakan teknologi digital untuk lebih mendekatkan diri ke konsumen, memiliki kontrol lebih atas pengalaman mereka, dan memahami ketertarikan mereka – sementara membuka jalan untuk ekspansi produk dan layanan baru.
- Contoh: Solusi yang meningkatkan hubungan antara merek dan konsumen secara digital, untuk membangun hubungan langsung yang lebih dalam, dan memungkinkan merek untuk meningkatkan pengalaman, serta membangun platform untuk layanan tambahan.

“Host ME, Serve ME, and Take ME...”

- Tantangan: Bagaimana Anda dapat memenuhi permintaan untuk pengalaman yang unik di industri makanan, perjalanan, dan gaya hidup ketika pemberian layanan-layanan ini sedang terganggu dan didefinisikan ulang oleh ekonomi berbagi (*sharing economy*).
- Contoh: Solusi yang memperbarui pengalaman dalam perjalanan, kuliner, dan perhotelan, mengurangi biaya, memperbanyak pilihan, dan meningkatkan layanan.

Reynazran Royono, Pendiri dan CEO Snapcart mengatakan: "Snapcart selama ini sangat selektif dalam mengikuti kompetisi *start-up*. Jika *start-up* Anda bergerak di sektor barang konsumsi dan ritel, dan ingin diuji serta mencari tahu apakah Anda sungguh-sungguh membawa nilai tambah di depan panel juri bergengsi dari perusahaan terkemuka di sektor tertentu, saya sangat merekomendasikan Anda untuk mengikuti ACIA. Hal ini merupakan prestasi yang luar biasa untuk diakui oleh para pemimpin industri ini."

Perusahaan rintisan (*start-up*) dan perusahaan yang sedang berkembang atau yang memenuhi salah satu dari kriteria berikut diundang untuk mendaftar dalam ACIA putaran ke-dua: perusahaan berusia kurang dari tiga tahun, didanai oleh perusahaan atau *angel investor*, atau yang produk/layannya sedang memasuki fase Beta atau *pre-revenue*. Tidak ada batasan geografis untuk pendaftaran.

###

Tentang Accenture

Accenture merupakan perusahaan jasa profesional global terkemuka, yang menyediakan berbagai layanan dan solusi di bidang strategi, konsultasi, digital, teknologi dan operasi. Dengan menggabungkan pengalaman yang tak tertandingi dan keterampilan khusus di lebih dari 40 industri serta seluruh fungsi bisnis, dan didukung oleh jaringan layanan terbesar di dunia - Accenture bekerja di sektor bisnis dan teknologi untuk membantu klien memperbaiki kinerja mereka dan menciptakan nilai yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingannya. Dengan lebih dari 375.000 tenaga kerja melayani klien di lebih dari 120 negara, Accenture mendorong inovasi untuk memperbaiki cara dunia bekerja dan hidup. Kunjungi kami di www.accenture.com.

Accenture merupakan sponsor konferensi tingkat tinggi Millennial 20/20 APAC, acara yang akan mengumumkan pemenang Accenture Consumer Innovation Awards. Konferensi tingkat tinggi ini bertujuan untuk menemukan masa depan industri dari perspektif konsumen yang paham digital dengan fokus pada 10 elemen utama: *Retail, Marketing, Advertising, Mobile, Payments, Video, Social, E-Commerce, CRM* dan *Big Data*.

Dilaksanakan pada 7 dan 8 September di Museum ArtScience di Singapura, konferensi tingkat tinggi ini akan menjadi saksi bertemunya lebih dari 3.000 perusahaan rintisan, merek, peritel, dan perusahaan. Peserta akan memperoleh kesempatan untuk melihat 150 pembicara kelas dunia, mengunjungi 40 peserta pameran, berpartisipasi dalam empat pertunjukan langsung yang menakjubkan, dan kesempatan untuk mengembangkan jaringan bisnis.

Tentang Snapcart

Snapcart adalah aplikasi *real-time* pertama di Asia yang melibatkan pembeli dimana memungkinkan produsen untuk terhubung langsung dengan konsumen. Sejak diluncurkan pada bulan September 2015, aplikasi telah diunduh lebih dari 600.000 kali dengan upaya pemasaran yang sangat minimal. Untuk menarik pengguna setianya, Snapcart menawarkan *cashbacks* bagi pengguna untuk mengunggah struk belanja mereka. Data yang didapat Snapcart dikompilasi ke *platform* data perusahaan berbasis *cloud*, yang kemudian digunakan untuk menyediakan laporan belanja konsumen *offline* secara *real-time* dan kebiasaan belanja mereka - suatu informasi inheren yang sulit diperoleh. Sampai saat ini, Snapcart telah bermitra dengan lebih dari 75 produsen barang konsumsi. Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi www.snapcart.asia



High performance. Delivered.



Untuk informasi lebih lanjut, mohon menghubungi:

Accenture Indonesia

Nia Sarinastiti

Wisma 46 - Kota BNI - Lantai 18

Jl. Jend. Sudirman Kav.1, Jakarta 10220

Tel : +6221 574 6575

Email: nia.sarinastiti@accenture.com

Burson-Marsteller

Renny Rengganis

Jl. Jend. Gatot Subroto No. 38 - Menara

Jamsostek, Gedung Utara, Jakarta 12710

Tel: +62 21 5296 3880

Email: Renny.Rengganis@bm.com