



TO RESTART
ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΣΤΗ ΣΚΙΑ
ΤΟΥ COVID-19

Η αγορά θα βρίσκει πάντα τρόπο να προχωράει μπροστά

Η «συνταγή» για περιορισμό των λειτουργικών εξόδων, η πανελλαδική εκπροσώπηση του πελάτη, το «χτίσιμο» του ραφιού και το μάθημα του... κορωνοϊού.

▶ **ΤΟ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ** διοίκησης που χαρακτήριζε στην πλειονότητά τους τις ελληνικές επιχειρήσεις θεωρείται, αν όχι ξεπερασμένο, τουλάχιστον μη αποδοτικό. Τα στελέχη των εταιρειών αντιλαμβάνονται πλέον ότι η εύρυθμη λειτουργία του οργανισμού τους επιτυγχάνεται μόνο όταν γίνεται σωστός επιμερισμός δραστηριοτήτων και αυτό μπορεί να γίνει εφόσον υπάρχει συνδυασμός indoor και outsourcing υπηρεσιών.

Αρκετά χρόνια πίσω, το 2009, η Adus εντόπισε το κενό στην αγορά των Fast Moving Consumer Goods, προσφέροντας υπηρεσίες ανάπτυξης και συντήρησης ενός πλήρως στελεχωμένου και ιεραρχημένου εσωτερικού τμήματος πωλήσεων μέσω outsourcing υπηρεσιών με 100% γεωγραφική κάλυψη.

«Από τότε που ξεκινήσαμε να δραστηριοποιούμαστε στον κλάδο μέχρι σήμερα έχουν συντελεστεί κοσμο-

ϊστορικά γεγονότα όπως η οικονομική κρίση, το κλείσιμο των τραπεζών τα capital controls, αλλά και ο κορωνοϊός, τα οποία έφεραν σημαντικές δυσκολίες, τόσο σε επίπεδο χώρας, όσο και σε επίπεδο επιχειρήσεων. Εμείς τοποθετηθήκαμε στον συγκεκριμένο κλάδο σκεπτόμενοι πως ό,τι και να γίνει είναι ένας κλάδος που πάντα θα υφίσταται, διότι εάν φτάσουμε στο σημείο να κλείσουν τα σουπερμάρκετ, αυτό σημαίνει κατάρρευση της οικονομίας ενός κράτους. Έντεκα χρόνια μετά, θεωρώ ότι, η συγκεκριμένη απόφαση μας δικαίωσε» αναφέρει ο Παναγιώτης Λουκέρης, Διευθύνων Σύμβουλος της Adus.

Η εταιρεία διαθέτει έμπειρους πωλητές - merchandisers, οι οποίοι δραστηριοποιούνται επί σειρά ετών στην αγορά των σουπερ μάρκετ και καλύπτουν τις καθημερινές εργασίες, αξιοποιώντας ένα βραβευμένο μηχανογραφικό σύστημα με tablets. Οι πελάτες

ενημερώνονται άμεσα για την εικόνα των προϊόντων και την κατάσταση των ραφιών τους σε όλα τα σημεία των αλυσίδων και προχωρούν στην εκτέλεση των παραγγελιών που λαμβάνουν από την ομάδα της Adus.

Παρά τις συγχωνεύσεις και τα «κανόνια» γνωστών αλυσίδων που συντελέστηκαν στον κλάδο των σουπερμάρκετ, η αλλαγή του σκηνικού, από άποψη νέων παικτών και ανακατανομής μεριδίων αγοράς, δεν επηρέασε την πορεία της Adus, αφού αυτό που ουσιαστικά μεταβλήθηκε δεν ήταν ο αριθμός των καταστημάτων, αλλά η ιδιοκτησία τους.

▶ **«ΠΛΑΤΕΣ ΜΑΣ** είναι οι προμηθευτές των σουπερμάρκετ και όχι οι αλυσίδες. Λειτουργούμε ουσιαστικά ως ένα εξωτερικό τμήμα πωλήσεων και οι επιχειρήσεις με τις οποίες συνεργαζόμαστε αποκτούν δύναμη πανελλαδική, όπως επίσης διεύθυνση, επιθεώρηση και back office πωλήσεων με τη λογική του outsourcing».

Ο Παναγιώτης Λουκέρης αναγνωρίζει πως, εν αντιθέσει με το παρελθόν, σήμερα οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν καταλάβει την σημασία του outsourcing. Παλιά, όπως λέει, αυτή η πρακτική υιοθετούνταν μόνο μόνο σε επίπεδο έργου ή για το διάστημα ενός τριμήνου, περίοδος κατά την οποία ένας πελάτης ήθελε να κάνει στοχευμένες κινήσεις για την προώθηση συγκεκριμένων προϊόντων και υπηρεσιών.

Εξηγεί πως τα οφέλη του outsourcing είναι πολλαπλά, αν λάβει κανείς υπόψη πως για να συντηρήσει μια επιχείρηση στο εσωτερικό της ένα τμήμα πωλήσεων, χρειάζεται να προσλάβει 20 με 30 άτομα τουλάχιστον δαπανώντας μηνιαίως ένα ποσό της τάξης των 30.000 ευρώ, όταν για την ανάθεση της εν λόγω υπηρεσίας σε μια τρίτη εταιρεία θα της κόστιζε, τον μήνα, όσο ο μέσος μισθός ενός πωλητή.



▶ **«ΚΟΛΑ ΑΥΤΑ ΤΑ ΧΡΟΝΙΑ** έχουμε καταφέρει να επιβιώσουμε και να μεγαλώσουμε, χάρη στην ικανότητά μας να παρουσιάσουμε μια καινοτόμα πρόταση στην αγορά, με την οποία αναλαμβάνουμε το βασικό τμήμα πωλήσεων των εταιρειών για τα σουπερμάρκετ. Πλέον έχουμε παρουσία σε 2.000 σημεία σε όλη τη χώρα, εκ των οποίων 960 στην περιοχή της Αττικής. Το μέγεθος αυτό αφορά τις εθνικές αλυσίδες, ενώ στο δίκτυο μας συνυπολογίζονται ξεχωριστά και οι τοπικές αλυσίδες» διευκρινίζει ο Παναγιώτης Λουκέρης.

▶ **Ο ΚΟΡΩΝΟΪΟΣ**, αντί να αναχαιτίσει, ισχυροποίησε την αγορά των σουπερμάρκετ, που είδαν αύξηση πωλήσεων κατά την περίοδο του lockdown έως και 200% και η Adus βρέθηκε στην πρώτη γραμμή εξασφαλίζοντας ότι δεν θα υπήρχε καμία έλλειψη στο ράφι. Όπως επισημαίνει ο Παναγιώ-



της Λουκέρης, η Adus ήταν από τους τυχερούς της πανδημίας και είναι ευγνώμων γι' αυτό. Οι πωλητές της δεν σταμάτησαν ούτε λεπτό να επισκέπτονται αίθουσες των σουπερμάρκετ γιατί οποιαδήποτε έλλειψη προϊόντος στο ράφι θα είχε αρνητικό αντίκτυπο στον τελικό καταναλωτή και κατά συνέπεια στις επιχειρήσεις που εκπροσωπεί. «Βρισκόμαστε συνεχώς στις επάλξεις, διότι ο καταναλωτής πρέπει να σε δει για να σε αγοράσει, διαφορετικά θα στραφεί στον ανταγωνισμό» λέει χαρακτηριστικά.

Οι εκτιμήσεις για το 2020 είναι ευοίωνες με τη διοίκηση της Adus να προσβλέπει σε αυξημένα οικονομικά μεγέθη. Υπενθυμίζεται ότι το 2019 κατάφερε να τριπλασιάσει τα κέρδη της, καταγράφοντας τζίρο 2 εκατ. ευρώ, ενώ ήδη μέσα στο πρώτο εξάμηνο του τρέχοντος έτους πρόσθεσε στο χαρτοφυλάκιο της τέσσερις νέους πελάτες αυξάνοντας το πελατολόγιο κατά 15%.

Για τον Παναγιώτη Λουκέρη, το μόνο σίγουρο είναι ότι τα δεδομένα για το εμπόριο παγκοσμίως δεν θα είναι όπως πριν. Ωστόσο, δηλώνει αισιόδοξος τονίζοντας πως, ανεξάρτητα από την τεράστια οικονομική ζημιά που έχει προκληθεί, οι επιχειρήσεις, έχουν μάθει να ζουν τα τελευταία χρόνια σε καθεστώς κρίσης, είναι προετοιμασμένες να ανταπεξέρχονται και να προσαρμόζονται σε αντίξοες συνθήκες και να εφαρμόζουν διαρκώς νέες πρακτικές.

▶ **«ΤΟ ΓΕΓΟΝΟΣ** ότι αρκετές εταιρείες πήγαν καλά αυτό το διάστημα υποδηλώνει ότι οποιαδήποτε κρίση δημιουργεί ευκαιρίες. Ήταν η πρώτη φορά που είδαμε να κλείνουν επιχειρήσεις εντελώς για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Αυτό ήταν πρωτοφανές. Όμως, ότι και να γίνει, θεωρώ, ότι θα βρίσκεται πάντα τρόπος η αγορά να προχωράει μπροστά» καταλήγει.

Οι εκτιμήσεις για το 2020 είναι ευοίωνες, με τη διοίκηση της Adus να προσβλέπει σε αυξημένα οικονομικά μεγέθη.

ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ
ΛΟΥΚΕΡΗΣ