

ΤΑΚΗΣ ΛΟΥΚΕΡΗΣ, ADUS

Καμία καμένη πώληση για τους πελάτες μας

«Σε όλη την περίοδο του lockdown κανένα από τα προϊόντα των πελατών μας δεν εμφάνισε έλλειψη στο ράφι παρά τις αγοραστικές συμπεριφορές πανικού του κοινού. Σε περιπτώσεις άλλων εταιρειών χάθηκαν πωλήσεις, εφόσον ο καταναλωτής μη βρίσκοντας τα προϊόντα τους, τα αντικαθιστούσε με άλλα στο καλάθι του. Σε κανέναν από τους πελάτες μας δεν συνέβη κάτι τέτοιο», τονίζει ο κ. Τάκης Λουκέρης, CEO της ADUS. **ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟΝ ΠΛΑΤΩΝΑ ΤΣΟΥΛΟ**



κολιάζοντας την έκρηξη της ζήτησης με την έναρξη του lockdown, ο κ. Λουκέρης συμπέρανε πως «ακόμα μια φορά επιβεβαιώθηκε ότι ο φόβος των ελλείψεων ειδών πρώτης ανάγκης, ο οποίος διαπιστώνεται ανέκαθεν σε περιόδους μεγάλων κρίσεων και ανασφάλειας, ωθεί τους καταναλωτές στη δημιουργία αποθέματος προϊόντων διατροφής, που αντέχουν στον χρόνο».

σελφ σέρβις: Σε τι βαθμό διενεργήθηκαν προφορές και προωθητικές ενέργειες την περίοδο του lockdown; Πώς σχολιάζετε την προσαρμοστικότητα των αλυσίδων στις έκτακτες συνθήκες;
Τάκης Λουκέρης: Αρκετές εταιρείες, λόγω του ότι τα προϊόντα τους γίνονταν έτσι ή αλλιώς ανάρπαστα, δεν προχώρησαν σε νέες προσφορές μέσα στην κρίση, πλην των δρομολογημένων. Πάντως, όσα προϊόντα έκαναν προσφορές και προωθητικές ενέργειες, ασφαλώς προτιμήθηκαν από το κοινό. Οι αλυσίδες επέδειξαν ταχύτητα προσαρμογής, τηρώντας κατά γράμμα τα επιβεβλημένα μέτρα του ΠΟΥ και του ΕΟΔΥ για την προστασία της δημόσιας υγείας. Αντίστοιχα ενήργησαν άμεσα σε ό,τι αφορά την ένταξη στην εμπορική τους πολιτική των διαδικτυακών πωλήσεων, ακόμα και οι αλυσίδες που δεν είχαν προηγουμένως e-shop, έτσι ώστε δόθηκε μια περαιτέρω δυνατότητα στους πελάτες τους να εξυπηρετηθούν με μεγαλύτερη ασφάλεια, ενώ περιορίστηκε το φαινόμενο της ατέλειωτης ουράς έξω από τα καταστήματα.

ΑΝΕΛΛΙΠΩΣ ΑΡΤΙΑ Η ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΣΤΟ ΡΑΦΙ

σ. σ.: Ως εταιρεία πώς αντιδράσατε την κρίση αυτή περίοδο;

Τ. Α.: Οι υπηρεσίες της Adus, εστιασμένες στο σούπερ μάρκετ, δεν ανεστάλησαν ούτε

για μια στιγμή. Αντίθετα εντάθηκαν, όπως και η δουλειά της οργανωμένης λιανικής. Τα στελέχη μας, τηρώντας όλα τα μέτρα ασφαλείας –πολύ περισσότερο, εφόσον η ασφάλεια του προσωπικού είναι έτσι κι αλλιώς προτεραιότητά μας–, στάθηκαν δίπλα στους πελάτες μας και, φυσικά, στο ράφι, μεριμνώντας τα προϊόντα τους να έχουν ανελλιπώς άρτια τοποθέτηση. Οι ενέργειές μας αποδείχθηκαν άκρως αποτελεσματικές, δεδομένου ότι όλοι οι πελάτες μας είχαν αύξηση πωλήσεων. Σε όλη την περίοδο της έντασης κανένα από τα προϊόντα τους δεν εμφάνισε έλλειψη στο ράφι παρά τις συμπεριφορές πανικού, κυρίως στην έναρξη του lockdown, οπότε οι μαζικές αγορές δημιουργούσαν σχετικά εύλογες ανησυχίες. Σε περιπτώσεις άλλων εταιρειών χάθηκαν πωλήσεις, εφόσον ο καταναλωτής μη βρίσκοντας τα προϊόντα τους, τα αντικαθιστούσε με άλλα στο καλάθι του. Σε κανέναν από τους πελάτες μας δεν συνέβη κάτι τέτοιο. Πέραν αυτού, συμβάλλαμε ουσιαστικά στην εξομάλυνση της μεγάλης πίεσης που δέχτηκαν τα σούπερ μάρκετ και το προσωπικό τους.

σ. σ.: Εάν ο μη γένοιτο εφαρμοστεί πάλι lockdown, έστω τοπικά, τι θα αποφεύγατε βάσει των πρόσφατων εμπειριών σας; Αλήθεια, πώς εκτιμάτε ότι θα αντιδράσει το κοινό σε μια τέτοια περίπτωση;

Τ. Α.: Αν εξαιρέσετε την αύξηση της έντασης των ρυθμών δουλειάς και τα μέτρα προστασίας, λόγω ειδικών συνθηκών, δεν χρειάστηκε στο lockdown να πράξουμε διαφορετικά απ' ότι συνήθως. Το ίδιο θα ισχύσει και στην περίπτωση ενός δεύτερου lockdown. Θα εξακολουθήσουμε να προσφέρουμε τις υπηρεσίες μας, προκειμένου η οργανωμένη λιανική να λειτουργεί ομαλά. Επίσης, θεωρώ ότι ο κόσμος εδώ είναι έμπρακτα πεισμένος πια για



τη θετική ανταπόκριση των αλυσίδων στις έκτακτες συνθήκες, σε αντίθεση με άλλες χώρες, όπου οι δυσλειτουργίες και οι ελλείψεις αγαθών ήταν σοβαρές. Ενδεχομένως, βέβαια, θα ενισχυθεί περαιτέρω η τάση των ψηφιακών αγορών.●