

DEBATE

ΔΗΜΙΟΥΡΓΩΝΤΑΣ ΥΠΕΡΑΞΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Ο Corporate Director της Adus, Γιώργος Καρλαύτης, εξηγεί πώς μπορούν οι επιχειρήσεις να απαντήσουν στις προκλήσεις της πανδημίας.

ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΑΣΟ ΖΑΧΟ

Ο ΓΙΩΡΓΟΣ ΚΑΡΛΑΥΤΗΣ είναι αυτό που στη γλώσσα των επιχειρήσεων ονομάζουμε «entrepreneur» – επιχειρηματίας. Στέλεχος της αγοράς με σημαντική πείρα σε θέματα outsourcing, Corporate Director της Adus και «κυνηγός» επενδυτικών ευκαιριών, δηλώνει στο *Fortune* πως το πάθος είναι η κινητήριος δύναμη πίσω από μια πετυχημένη πορεία στον χώρο των επιχειρήσεων.

Η υγειονομική κρίση βρήκε την Adus, μια πλήρως οργανωμένη εταιρεία πωλήσεων-merchandising-διαμεσολάβησης εισαγωγών και εξαγωγών, «θωρακισμένη» απέναντι σε δύσκολες συνθήκες, σε έναν κλάδο όπως αυτός του λιανεμπορίου. Η πανδημία έχει δημιουργήσει νέες προκλήσεις για όλες τις επιχειρήσεις και η κατανόηση του πώς να προσαρμοστούν σε έναν διαφορετικό κόσμο είναι το «κλειδί» της επιβίωσης.

«Οι δυνάμεις μας έχουν επικεντρωθεί στην ενδυνάμωση των πελατών μας, με στόχο την αύξηση των πωλήσεων με ταυτόχρονη μείωση του κόστους, διασφαλίζοντας έτσι τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξή τους. Η δική τους εξυπηρέτηση μεταφράζεται στο να είναι πάντα γεμάτο το ράφι για όλους τους καταναλωτές» επισημαίνει ο Γιώργος Καρλαύτης. Στη συνέντευξη που ακολουθεί αναφέρεται στο outsourcing, στην ανάπτυξη της Adus, στον ρόλο του λιανεμπορίου για την ελληνική οικονομία, αλλά και στους παράγοντες που θα καθορίσουν τους νικητές στη μετα-COVID εποχή.

Η Adus εν μέσω πανδημίας ενισχύει το χαρτοφυ-

λάκιο των πελατών της. Ποιοι παράγοντες ενισχύουν την εμπιστοσύνη στην εταιρεία;

Στη σημερινή εποχή των φθαρμένων δεσμών μεταξύ πελάτη και προμηθευτή, μια αξία παραμένει ισχυρή, ιδίως στον τομέα της παροχής υπηρεσιών, στον οποίο δραστηριοποιούμαστε: η δυνατή σχέση με τον πελάτη, η οποία βασίζεται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη. Η Adus, ως μια εταιρεία outsourcing παροχής υπηρεσιών, επενδύει συνεχώς και επιτυχώς σε αυτό το άυλο κεφάλαιο, έχοντας ως κέρδος τη συνεχή αύξηση των συνεργασιών της, σε ένα δυσμενές παγκόσμιο περιβάλλον για το οργανωμένο λιανεμπόριο. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητές μας είναι συνδεδεμένες με τη διαφάνεια, την ταχύτητα και την ευελιξία να παράγουμε ποιοτικές και σωστές υπηρεσίες. Οι πελάτες μας εισάγουν στον στρατηγικό σχεδιασμό των εταιρειών τους την απαρέγκλιτη ροή εργασιών, την ακρίβεια του μοντέλου πληροφόρησης που παρέχουμε, την αξιοπιστία των πληροφοριακών και δομικών συστημάτων μας, αλλά και τη γνώση, την εμπειρία και την ακεραιότητα του ανθρώπινου δυναμικού μας. Η έλλειψη εξειδικευμένης γνώσης και δεξιοτήτων εντός μιας εταιρείας οδηγεί στην ανάθεση εργασιών σε τρίτους παρόχους για την

ADUS

2.000

Σημεία εθνικών αλυσίδων καλύπτουν οι συνεργάτες της και πάνω από 500 τοπικά.



Ο Corporate Director της Adus Γιώργος Καρλαύτης. Η εταιρεία έχει παρουσία σε Ελλάδα, Κύπρο και Ηνωμένο Βασίλειο.

νεύονται και ενισχύονται οι διαστάσεις του μοντέλου συνεργασίας. Οι πελάτες μας ουσιαστικά είναι συνεργάτες, για τους οποίους αναλαμβάνουμε δραστηριότητες του outsourcing μοντέλου μας, συνεισφέροντας στην εμπορική τους ανάπτυξη και εξωστρέφεια.

Μέσω των εξειδικευμένων ομάδων μας, κάθε επίσκεψη σε σημείο πώλησης εμπειρέχει δραστηριότητες υψηλής ποιότητας και γνώσης, ώστε το τελικό αποτέλεσμα να ικανοποιεί τη στρατηγική τους. Η μεθοδολογία μας συνεισφέρει στην αύξηση των πωλήσεων, τη μείωση του λειτουργικού κόστους, την εκτενή γεωγραφική κάλυψη και την επίτευξη ρεαλιστικών στόχων με βάση τη συμπεριφορά των αγορών.

Το outsourcing, από απλή τάση, έχει αρχίσει να γίνεται ανάγκη για πολλούς κλάδους παγκοσμίως. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα που προσφέρει; Πιστεύετε ότι η ενισχυμένη αυτή τάση οφείλεται στην αλλαγή του τρόπου και του μοντέλου εργασίας;

Το outsourcing είναι μια πρακτική που συνήθως αναλαμβάνουν οι εταιρείες ως μέτρο μείωσης του κόστους. Ως εκ τούτου, μπορεί να επηρεάσει ευρύ φάσμα θέσεων εργασίας σε διαφορετικούς τομείς. Δεν είναι κάτι νέο, καθώς αναγνωρίστηκε για πρώτη φορά ως επιχειρηματική στρατηγική το 1989 και έγινε αναπόσπαστο μέρος της οικονομικής των επιχειρήσεων καθ' όλη τη δεκαετία του 1990. Η ενσωμάτωσή του δημιουργεί ένα κίνητρο για τις επιχειρήσεις και τις εταιρείες να καταθέτουν σωστά πόρους, ενώ συμβάλλει στη διατήρηση της φύσης των οικονομικών της ελεύθερης αγοράς σε παγκόσμια κλίμακα. Επίσης, ως πρακτική, το outsourcing σε μη

επίτευξη των στόχων της. Σήμερα οι εταιρείες σπαταλούν απίστευτους πόρους επαναπροσδιορίζοντας τις ανάγκες κατάρτισης των υπαλλήλων τους, προκειμένου αυτοί να ανταποκριθούν στην αυξανόμενη ζήτηση της αγοράς. Έτσι στρέφονται και σε εναλλακτικά ή προσθετικά κανάλια, όπως η Adus. **Ποιες υπηρεσίες παρέχει η Adus και γιατί κάποιος να εμπιστευτεί σε έναν «outsourcing» συνεργάτη έναν τόσο σημαντικό τομέα, όπως αυτός των πωλήσεων;**

Η Adus, διαγράφοντας εδώ και έντεκα χρόνια συνεχή ανάπτυξη, παρέχει εξειδικευμένες και αποτελεσματικές υπηρεσίες στις επιχειρήσεις του οργα-

νωμένου λιανεμπορίου στην ελληνική και τη διεθνή αγορά. Εφαρμόζουμε ένα καινοτόμο Outsourcing Business Model στους παρακάτω τομείς: Merchandising και Παραγγελιοληψία, Υπηρεσίες Προώθησης Πωλήσεων, Υπηρεσίες Τοποθέτησης και Ανάδειξης Προϊόντων και Υπηρεσίες Επιχειρηματικής Εξωστρέφειας. Υιοθετούμε ένα προσαρμοσμένο κάθε φορά μοντέλο προσέγγισης που εγγυάται υψηλό επίπεδο υπηρεσιών, εξοικονόμησης κόστους και αύξησης πωλήσεων (άμεσα ή έμμεσα), χωρίς ενδιάμεσες φάσεις, οι οποίες επιβαρύνουν τον εταιρικό προγραμματισμό και τις εσωτερικές διαδικασίες. Έτσι, ταχύτατα, συγχω-

βασικές λειτουργικές ή παραγωγικές δραστηριότητες μπορεί να βελτιώσει την αποδοτικότητα και την παραγωγικότητα, καθώς μια άλλη οντότητα εκτελεί αυτές τις μικρότερες εργασίες καλύτερα από την ίδια την εταιρεία. Αυτή η στρατηγική μπορεί επίσης να οδηγήσει σε γρηγορότερους χρόνους ανάκαμψης, αυξημένη ανταγωνιστικότητα σε έναν κλάδο και μείωση του λειτουργικού κόστους. Θα σας έλεγα ότι υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους μια επιχείρηση μπορεί να επιλέξει outsourcing υπηρεσίες, εργασίες ή διαδικασίες. Κατά τη γνώμη μου, βασικό πλεονέκτημα είναι ότι με αυτό τον τρόπο μπορεί να επιτευχθεί η εστίαση στις βασικές επιχειρηματικές δραστηριότητες, ώστε η επιχείρησή να αναδειχθεί τα δυνατά σημεία της, επιτρέποντας στο προσωπικό να επικεντρωθεί στα κύρια καθήκοντά του και στη μελλοντική εταιρική στρατηγική. **Η Adus συμπληρώνει 11 χρόνια ζωής μέσα σε ένα δύσκολο μακροοικονομικό περιβάλλον. Μετά από τόσα χρόνια, ποια πιστεύετε ότι είναι η υπεραξία που δίνει στην αγορά και ποιο το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα;**

Η αξιακή πρόταση (outsourcing services) στο σύνολό της είναι το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα. Η δύναμή της βασίζεται στις εξατομικευμένες υπηρεσίες, με αποτέλεσμα το ποιοτικό όφελος και το χρηματοοικονομικό κέρδος για τους πελάτες της να είναι πολλαπλό. Οι πελάτες δεν χρειάζεται να επιβαρύνονται με κόσμη

εύρεσης, αξιολόγησης, πρόσληψης και εκπαίδευσης στελεχών. Τους παρέχουμε, μέσω τεχνολογιών αιχμής, καθημερινή αναλυτική επικοινωνία των πεπραγμένων, με αποστολή δεδομένων από κάθε σημείο, ώστε να έχουν τη δυνατότητα να κάνουν εγκαίρως παρεμβάσεις. Επίσης, είτε για έναν κωδικό προϊόντος είτε για οποιονδήποτε αριθμό κωδικών προϊόντων του πελάτη, το μηνιαίο κόστος είναι αμετάβλητο. Η Adus προσφέρει ολόκληρο τμήμα πωλήσεων, και όχι απλώς υπηρεσίες merchandising, εγγυάται μεγάλη πληθυσμιακή και γεωγραφική κάλυψη, και συνεργάζεται μόνο με στελέχη που έχουν πολυετή πείρα στον χώρο των πωλήσεων. Η υπεραξία μας πηγάζει μέσα από τις συνεχείς προσπάθειες να ικανοποιήσουμε ανάγκες και, παράλληλα, να δημιουργήσουμε όραμα για τους δυνητικούς νέους πελάτες.

Πλησιάζοντας προς το τέλος του 2020, ποιες είναι οι εκτιμήσεις σας για την πορεία της Adus φέτος και ποιες συνέργειες έχετε αναπτύξει σε Ελλάδα και εξωτερικό;

Η εταιρεία λειτουργεί με μακροχρόνιες συμβάσεις, οι οποίες διαφοροποιούνται πρακτικά και οικονομικά, ανάλογα τις ανάγκες των πελατών, με πρόσθετες υπηρεσίες. Ήδη για τη χρήση 2020 αναμένεται αύξηση του κύκλου εργασιών 8%, λόγω της αύξησης των αναγκών των πελατών για παρεχόμενες υπηρεσίες. Μερικές από αυτές είναι η τοποθέτηση και παρακολούθη-

ση προϊόντος στην επαρχία, η κάλυψη μεγαλύτερου εύρους σταθμών πώλησης (από υπεραγορές έως χονδρέμπορους), η εισαγωγή νέων κωδικών στην αγορά, η ενημέρωση σε πραγματικούς χρόνους της κατάστασης των προϊόντων και των αντίστοιχων του ανταγωνισμού και η διαπραγμάτευση νέων συμφωνιών για χάρη των πελατών τους. Η εταιρεία έχει επίσης προχωρήσει σε συνεργασία με key account managers, με σκοπό την εκπαίδευση των υπαρχόντων πελατών και την ανάπτυξη του πελατολογίου, ενώ οι συμφωνίες με νέους πελάτες αναμένεται να αυξήσουν τον κύκλο των εργασιών για τη χρήση 2021. Στόχος είναι ο τριπλασιασμός του πελατολογίου μέσα στην επόμενη πενταετία. Η διοίκηση εκτιμά ότι ένας ακόμη λόγος αύξησης του κύκλου εργασιών είναι η εισαγωγή νέων υπηρεσιών στο portfolio της. Πιο συγκεκριμένα, από το 2021 θα προσφέρεται η ανάληψη έργων δυνητικών επαφών για εξαγωγές, από το στάδιο της συμφωνίας με αγορές του εξωτερικού έως την υλοποίηση όλων των απαραίτητων διαδικασιών. Επιπλέον, πέρα από τη δυνατότητα μια επιχείρηση - πελάτης να έχει outsource πωλητές - merchandisers, θα έχει στη διάθεσή της και υπηρεσία διαπραγματεύσεων, κάτι που μπορεί να ανοίξει την πόρτα μεγάλων αλυσίδων λιανεμπορίου σε μικρότερα brands να εισέλθουν στον χώρο των μεγάλων αλυσίδων σουπερμάρκετ.

Πρωταγωνιστές στην πανδημία αποδείχτηκαν οι αλυσίδες σουπερμάρκετ, οι οποίες ενίσχυσαν τη θέση τους στις επιχειρηματικές εξελίξεις της χώρας. Πού αποδίδετε αυτή την εξέλιξη και ποια είναι η γνώμη σας για τον κλάδο;

Η ανάπτυξη του κλάδου οδηγείται από την ανάπτυξη και την άνοδο της μεσαίας τάξης, κάνοντας δυνατή την αγορά μεγαλύτερων ποσοτήτων αγαθών σε κάθε επίσκεψη στο κατάστημα και την ασφαλή αποθήκευσή τους στο σπίτι, μετατρέποντας την αγορά τροφίμων από ημερήσια σε εβδομαδιαία ή μηνιαία συνήθεια. Έτσι, το λιανεμπόριο τροφίμων έφτασε να προσφέρει



δισεκατομμύρια ευρώ Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας στη χώρα, με το μεγαλύτερο ποσοστό να προέρχεται από τις οργανωμένες αλυσίδες του κλάδου. Αυτό το ποσοστό του δίνει θέση πρωταγωνιστή στον τομέα του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα. Οι μεγάλες εταιρείες του κλάδου είναι πλέον μερικές από τις μεγαλύτερες της ελληνικής οικονομίας, από τις πιο υγιείς χρηματοοικονομικά και από τους μεγαλύτερους εργοδότες. Οι πωλήσεις του κλάδου είναι ο «καθρέφτης» της ανάπτυξής του, με τα νούμερα να απεικονίζουν όχι μόνο τη δυναμική του, αλλά και τις σημαντικές άμυνες που επιδεικνύει ενώπιον της πρωτοφανούς ύφεσης που πλήττει την ελληνική οικονομία λόγω πανδημίας. Οδηγός σε αυτή την ανάπτυξη ήταν και θα είναι για τις μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ οι επενδύσεις που έχουν πραγματοποιήσει τα τελευταία

χρόνια και αντιπροσωπεύουν πάνω από το 60% των συνολικών επενδύσεων στο λιανεμπόριο τροφίμων, οι οποίες αφορούν τόσο στη δημιουργία ενός πυκνού δικτύου καταστημάτων, όσο και τη δημιουργία υποδομών αντίστοιχων των αλυσίδων σουπερμάρκετ άλλων χωρών της Ευρώπης, με στόχο την αύξηση της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας. Σε πολλές περιπτώσεις, μάλιστα, οι αλυσίδες σουπερμάρκετ έχουν ξεπεράσει τον εαυτό του, με εντυπωσιακές πρωτοβουλίες, κυρίως σε θέματα τεχνολογίας. Χαρακτηριστικές είναι οι περιπτώσεις της αντιμετώπισης των ελλείψεων στα ράφια (out-of-shelf), αλλά και οι διαδικασίες marketing και customer segmentation. Πρόκειται, δηλαδή, για έναν κλάδο, ο οποίος, ενώ ξεκίνησε την ανάπτυξή του με χρονική υστέρηση σε σχέση με τον δυτικό κόσμο, κατάφερε να φτάσει στα ίδια επίπεδα,

και μάλιστα να πρωτοπορεί σημαντικά σε συγκεκριμένες πρακτικές.

Η ελληνική οικονομία αναμένεται να κλείσει τη χρονιά με βαθιά ύφεση. Πόσο αισιόδοξος είστε για ανάκαμψη το 2021;

Είμαι συγκρατημένα αισιόδοξος. Υπάρχουν δυνατότητες σημαντικής ανάκαμψης το 2021 για την ελληνική οικονομία – ειδικά αν υπάρξει έλεγχος της υγειονομικής κρίσης. Η ανάπτυξη θα προέλθει από τη λειτουργία της μεγάλης πλειονότητας των κλάδων χωρίς φόβο και ενδοιασμούς, τη δυναμική των επενδύσεων, χάρη στους πρόσθετους πόρους από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Ανάκαμψης και την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, καθώς και από την αναθέρμανση του διεθνούς εμπορίου, που θα ευνοήσει τις εξαγωγές. Για να πετύχουμε ουσιαστική ανάκαμψη, απαιτούνται επενδύσεις, ενώ η εμπιστοσύνη είναι «κλειδί» για την προσέλκυση κεφαλαίων, τα οποία θα οδηγηθούν στοχευμένα σε στρατηγικούς τομείς και θα στηρίξουν το οικονομικό - αναπτυξιακό μοντέλο. Επίσης θα πρέπει να συνεχιστεί η προσαρμογή των δομών του κράτους, με προτεραιότητα στις μεταρρυθμίσεις και στον ψηφιακό μετασχηματισμό. Οι υποδομές που διευκολύνουν τον τουρισμό, το εμπόριο και τη μεταφορά ενέργειας αποτελούν στρατηγικά πεδία επένδυσης. Οι επενδύσεις στους συγκεκριμένους τομείς θα οδηγήσουν σε αύξηση της δραστηριότητας, καλλιεργώντας την προσδοκία για ανάπτυξη και σε άλλους κλάδους της οικονομίας, όπως τα logistics, οι κατασκευές, η βιομηχανική παραγωγή, οι υπηρεσίες φιλοξενίας και άλλες υπηρεσίες. Οι τομείς αυτοί έχουν τη δυναμική να αυξήσουν το εθνικό εισόδημα μέσα από υψηλούς οικονομικούς πολλαπλασιαστές, μετακυλιώντας την αύξηση της ζήτησης και σε άλλους παραπλήσιους τομείς οικονομικής δραστηριότητας σε ολόκληρη την ελληνική οικονομία, όπως οι κλάδοι της εστίασης, της τροφοδοσίας, αλλά και της μεταποίησης. ■