

## Τάκης Λουκέρης, ADUS: «Οι πολλοί πελάτες εγγυώνται την επιτυχία»

Τμήμα πωλήσεων «εν μίᾳ νυκτί» στη διάθεση κάθε πελάτη στο 1/10 του κόστους, σε σύγκριση με να το «χτίσει» μόνος του από την αρχή



Η ADUS εξυπηρετεί τους προμηθευτές των σούπερ μάρκετ, που ακόμη και αν βρίσκονται χρόνια στα καταστήματα, δεν έχουν δικό τους τμήμα πωλήσεων. «Έχουμε οργανώσει την εταιρεία με τρόπο τέτοιο ώστε να είμαστε το ιδανικό τμήμα πωλήσεων που θα ήθελε ο προμηθευτής. Η αντίληψη της αγοράς για τις outsourcing υπηρεσίες που προσφέρουμε έχει πλέον ωριμάσει», δηλώνει στο FOODReporter ο διευθύνων σύμβουλος της ADUS, Παναγιώτης Λουκέρης. Το κόστος της συνεργασίας με την εταιρεία υπολογίζεται περίπου στο 1/10 των χρημάτων που θα δαπανούσε ο πελάτης για να «χτίσει» από την αρχή δικό του τμήμα πωλήσεων.

### Έμπειρο τμήμα πωλήσεων «εν μίᾳ νυκτί» για κάθε ενδιαφερόμενο προμηθευτή

«Η ADUS έχει έτοιμη ιεραρχία και οργάνωση και ο ενδιαφερόμενος απολαμβάνει άμεσα τις παροχές των υπηρεσιών. Η εναλλακτική είναι να προσλάβει ο προμηθευτής 40 άτομα δικά του, ώστε να μπορέσει να έχει την ίδια κάλυψη, που και ενδεχομένως να την επιτύχει», λέει ο κ. Λουκέρης.

Η ADUS επισκέπτεται 2.000 σημεία, από όλες τις μεγάλες αλυσίδες οργανωμένου λιανεμπορίου, πανελλαδικά. Το τμήμα πωλήσεων «μπαίνει στα καταστήματα, οργανώνει τα ράφια και τα αναπληρώνει όπου αυτό χρειάζεται, κάνει merchandising και συμφωνεί

με τα καταστήματα για τις απευθείας παραγγελίες ή τις παραγγελίες των κεντρικών αποθηκών». Η εταιρεία βλέπει ακόμη, τοπικές αλυσίδες και κατά τόπους χονδρεμπόρους ή franchisees αλυσίδων, εφόσον ο πελάτης το ζητάει. Από το 2012, όλοι οι πωλητές της εταιρείας, σε Αττική και λοιπή Ελλάδα, λαμβάνουν παραγγελίες σε πραγματικό χρόνο, μέσω tablets. Ένα από τα «όπλα» της ADUS είναι η κανονικοποίηση των επισκέψεων στα σούπερ μάρκετ, η οποία «δημιουργεί μια κατάσταση στο ράφι, ιδανική για τον πελάτη». Τα στελέχη της επισκέπτονται καθημερινά τα καταστήματα με κύριο στόχο την άψογη εικόνα των προϊόντων των πελατών της. «Εκπαιδεύουμε το προσωπικό επάνω σε θέματα επικοινωνίας. Κατόπιν, ο εκπαιδευτής, σε πραγματικό χρόνο, δείχνει στο πεδίο στον πωλητή όσα του έμαθε», επισημαίνει ο κ. Λουκέρης.

### Η δύναμη της ADUS είναι οι άνθρωποί της

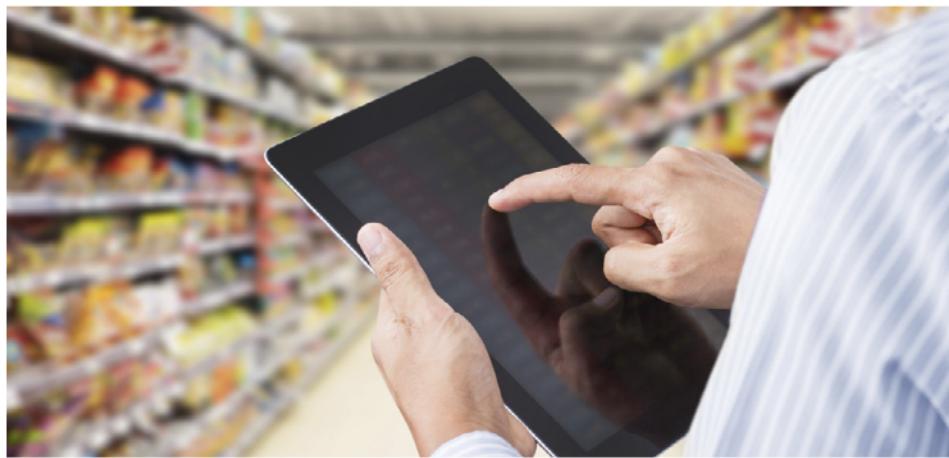
Η ADUS, με 40 άτομα προσωπικό πανελλαδικά, έχει στο δυναμικό της merchandisers, πωλητές merchandisers, επιθεωρητές πωλήσεων, διευθυντές πωλήσεων και έμπειρα στελέχη back-office πωλήσεων. Η εταιρεία παρέχει στους εργαζόμενους της άκρως ελκυστικό περιβάλλον εργασίας φροντίζοντας για την ευημερία του προσωπικού, με επιπλέον ασφαλιστική κάλυψη ιδιωτικού φορέα, σύστημα

επιβράβευσης στόχων με χρηματικά μπόνους και ισχυρό εκπαιδευτικό πρόγραμμα μέσω του οποίου βελτιώνονται σημαντικά οι ικανότητες των στελεχών.

Το σταθερό προσωπικό της ADUS αποτελεί δύναμη για την εταιρεία, επειδή έχει πολύ καλή γνώση και επαφή με τα κατά τόπους καταστήματα. «Αποτελούμε οικονομική λύση, εφόσον επισκεπτόμαστε τα σημεία για παραπάνω της μίας εταιρείες. Εκμεταλλευόμαστε έτσι οικονομίες κλίμακος και παρέχουμε υπηρεσίες υψηλού επιπέδου σε άκρως οικονομική προσέγγιση», υπογραμμίζει ο κ. Λουκέρης.

Ο πελάτης εξασφαλίζει τη διαθεσιμότητα και την ορατότητα των προϊόντων του στα σημεία και στο εύρος που ορίζει η αρχική συμφωνία που έχει υπογράψει ως προμηθευτής. «Εμείς είμαστε ο «στρατός» που την υλοποιεί», δηλώνει ο διευθύνων σύμβουλος της ADUS. Πωλητές και merchandisers της ADUS επισκέπτονται τα καταστήματα με την απαραίτητη συχνότητα, η οποία είναι ανάλογη με το μέγεθος του καταστήματος, ώστε να καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες των πελατών. «Όσοι πελάτες συνεργάζονται μαζί μας, είναι σίγουρο ότι θα έχουν τη θέση στο ράφι που έχουν συμφωνήσει», επισημαίνει ο κ. Λουκέρης.

Η ανάγκη που εξυπηρετεί η εταιρεία από το 2009 είναι παλιά, επειδή είναι πάρα πολλές οι εταιρίες που δεν έχουν



δικό τους τμήμα πωλήσεων. Οι βασικές ανάγκες των προμηθευτών των σούπερ μάρκετ είναι πάντα οι ίδιες: το γεμάτο ράφι, οι σωστές ημερομηνίες λήξης προϊόντων και η τελική αγορά από τον καταναλωτή, με απαραίτητη προϋπόθεση οι προμηθευτές να παρέχουν απρόσκοπτα και χωρίς ελλείψεις τα προϊόντα τους. Εκείνα που αλλάζουν διαχρονικά είναι οι συνθήκες της αγοράς, οι κρίσεις που παρουσιάζονται και η ένταση του ανταγωνισμού.

#### **To success story από την καθημερινή έρευνα στα σούπερ μάρκετ**

«Οι πελάτες μας μπορούν να μαθαίνουν, να βλέπουν και να ακούνε όσα γίνονται στα καταστήματα. Για παράδειγμα, έχουμε πελάτη που σε συγκεκριμένη αλυσίδα βρισκόταν συνέχεια out-of-stock. Μετά από επιτόπια έρευνα, διαπιστώσαμε ότι το κοντόληκτα προϊόντα του πελάτη, με 45 ημέρες περιθώριο λήξης από την ημερομηνία παραγωγής, έφθαναν στα καταστήματα 15 ή δέκα μέρες πριν τη λήξη τους. Τα μικρά καταστήματα δεν προλάβαιναν να πουλήσουν το προϊόν και αντιμετώπιζαν ζήτημα καταστροφών, επειδή τα προϊόντα έμεναν στο ψυγείο, με αποτέλεσμα να κάνουν μικρότερες παραγγελίες ή και καθόλου. Μόλις ανακαλύψαμε το πρόβλημα, ζητήσαμε από τον πελάτη αναλυτικά στοιχεία με τις ημερομηνίες παράδοσης των νέων παρτίδων και επικοινωνήσαμε την πληροφορία στα καταστήματα, τα οποία άρχισαν να παραλαμβάνουν καινούριες παρτίδες, με αποτέλεσμα μέσα σε τρεις μήνες να σημειωθεί αύξηση 40% στις πωλήσεις

των κωδικών του προμηθευτή», διηγείται ο κ. Λουκέρης.

Η συγκεκριμένη επιτυχία έκανε τον πελάτη να εμπιστευτεί την ADUS και σταδιακά να της παραχωρήσει την επίβλεψη και στις υπόλοιπες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, στις οποίες τοποθετείται. «Η βούθειά μας είναι πολυτιμότερη στην περίπτωση των αλυσίδων κεντρικής παράδοσης. Αν δεν έχεις συνεργάτη όπως την ADUS, στην πραγματικότητα δεν γνωρίζεις τα καταστήματα όπου κατευθύνεται το εμπόρευμά σου και πότε, αν το κάθε κατάστημα τοποθετεί τα προϊόντα σου εγκαίρως στο ράφι, ποιοι κωδικοί τα πηγαίνουν καλύτερα και με ποιον τζίρο ανά κατάστημα. Για τους «κεντρικοποιημένους» πελάτες, η δουλειά μας είναι πιο σημαντική, επειδή η εταιρεία καταγράφει απόθεμα στο ράφι και στέλνει πλήρη αναφορά στον πελάτη με την κίνηση του προϊόντος ανά κατάστημα, ανά αλυσίδα, ανά γεωγραφική περιοχή και ανά χρονική περίοδο, αλλά και προτεινόμενη παραγγελία ανά κατάστημα για να τη μεταβιβάσει στην κεντρική αποθήκη. Ένα σημαντικό κομμάτι της δουλειάς της ADUS είναι επικοινωνία και πληροφόρηση», υπογραμμίζει ο κ. Λουκέρης.

«Είναι βασικό για τους προμηθευτές των αλυσίδων να κατανοήσουν ότι τη στιγμή που καταφέρνουν να μπουν στο σούπερ μάρκετ, δεν «τελειώνουν» τη δουλειά, αλλά τότε την αρχίζουν. Αν δεν υπάρχει ομάδα πωλήσεων να παρακολουθεί το προϊόν, σιγά-σιγά οι πωλήσεις του θα φθίνουν και μοιραία στο απότερο μέλλον θα επέλθει κατάργηση των κωδικών», συμπληρώνει. Η υπεραξία της ADUS

είναι και η «ασπίδα» που υψώνει έναντι του ανταγωνισμού, ο οποίος γίνεται εντονότερος καθημερινά.

#### **Η ειδοποιός διαφορά στην ελληνική περιφέρεια και οι επενδύσεις στο μοντέλο συνεργασίας**

Μεγάλο δύναμιμ για την ADUS είναι η ελληνική περιφέρεια. Είναι δύσκολο για τις εταιρίες να επισκέπτονται καταστήματα εκτός Αττικής. Η ADUS διαθέτει τμήμα πωλήσεων που επισκέπτεται τα καταστήματα της περιφέρειας, τα οποία αποτελούν ικανό ποσοστό: Περίπου το 40% του συνόλου καταστημάτων, αλλά και του συνολικού τζίρου. «Έχουμε δει ότι όταν αναλαμβάνουμε νέες εταιρίες, η αύξηση των πωλήσεων στην περιφέρεια είναι κατά πολύ μεγαλύτερη απ' ό,τι στην Αττική. Στην Αττική οι εταιρίες με κάποιον τρόπο μπορούν να επιθεωρούν τα καταστήματα, λόγω των κοντινών αποστάσεων. Στην περιφέρεια υπάρχει κενός χώρος», λέει σχετικά ο κ. Λουκέρης.

Με το outsourcing τμήμα πωλήσεων, ο κάθε πελάτης της ADUS λαμβάνει μετρήσιμα στατιστικά στοιχεία, μαθαίνει τον ανταγωνισμό, τις τρέχουσες συνθήκες στην αγορά και εισπράττει πληροφόρηση, που του επιτρέπει να έχει περισσότερες απαιτήσεις από την αλυσίδα. Οι ανταγωνιστές της ADUS κατά κανόνα δουλεύουν με διαφορετικά μοντέλα: Μίσθωση ανά στέλεχος, ποσοστιαία πληρωμή επί των πωλήσεων ή ανά επίσκεψη στα σημεία. «Κανείς άλλος δεν προσφέρει ένα πλήρως οργανωμένο τμήμα πωλήσεων», διευκρινίζει ο κ. Λουκέρης.

Στην αιτίαση ότι εταιρίες σαν την ADUS, με πολλούς διαφορετικούς πελάτες, δεν μπορούν στην πραγματικότητα να ανταποκριθούν το ίδιο αποτελεσματικά για όλους, ο κ. Λουκέρης απαντά: «Το ισχυρό πλεονέκτημα της είναι οι πολλοί πελάτες που μας εμπιστεύονται διαχρονικά. Ο συνεργάτης που σε διαχειρίζεται σωστά είναι αυτός που γνωρίζει πώς να μεγαλώσει μαζί σου. Άλλωστε το 2009 που ξεκίνησε η εταιρία είχαμε μόλις δύο άτομα προσωπικό, σήμερα έχουμε 40 και συνεχίζουμε να μεγαλώνουμε».