

ADUS: Νέα σημαντικά deals με επιχειρήσεις FMCG

Σε τέσσερις πυλώνες το μοντέλο επιχειρηματικής ανάπτυξης που εφαρμόζει



Σε νέες συμφωνίες με επιχειρήσεις FMCG προχώρησε η **ADUS** κατά το πρώτο τρίμηνο του 2019. Η εταιρεία συμπληρώνει φέτος 10 χρόνια στην ελληνική αγορά, και ειδικεύεται στην παροχή

υπηρεσιών για προϊόντα ευρείας κατανάλωσης στον τομέα της λιανικής, τόσο στην ελληνική αγορά όσο και στις αγορές του εξωτερικού, συνεργάζεται πλέον με τις HELL Energy Drink, ΠΑΛΙΡΡΟΙΑ Α.Ε., CARDINAL SA, SAHARA, ΘΕΟΝΗ ΝΕΡΑ, όπως ανέφεραν τα στελέχη της στο FOODReporter. Στο πλαίσιο της λειτουργίας της παρέχει outsourcing υπηρεσίες πωλήσεων, merchandising και παραγγελιοληψίας. Παράλληλα υλοποιεί προωθητικές ενέργειες σύμφωνα με τις προδιαγραφές του κάθε συνεργάτη στα καταστήματα των αλυσίδων supermarkets.

Τέσσερις πυλώνες επιχειρηματικής ανάπτυξης για τα FMCG

Η ADUS διαθέτει Outsourcing Business Model για ταχυκίνητα καταναλωτικά αγαθά, το οποίο διακρίνεται σε τέσσερις πυλώνες:

- Υπηρεσίες πωλήσεων, merchandising και παραγγελιοληψίας
- Υπηρεσίες προώθησης πωλήσεων,
- Υπηρεσίες ανάδειξης και τοποθέτησης προϊόντων,
- Υπηρεσίες επιχειρηματικής εξωστρέφειας

Στοχεύοντας να δημιουργήσει προστιθέμενη αξία για τους συνεργάτες της, επενδύει στο προσωπικό, στις νέες τεχνολογίες, στην εκπαίδευση και στην καλή γνώση της αγοράς.

Διαφοροποιημένο μοντέλο χρεώσεων

Σύμφωνα με τα στελέχη της διαφοροποιείται ως προς τον τρόπο που χρεώνει τις υπηρεσίες πωλήσεων και merchandising. Δεν χρησιμοποιεί τις παραδοσιακές και ενίοτε κοστοβόρες μεθόδους χρέωσης, αλλά ένα μοντέλο που εκμεταλλεύεται τις οικονομίες κλίμακας που προκύπτουν μέσα από τις συνεργασίες της. Κατ' αυτόν τον τρόπο επιδιώκει, οι υπηρεσίες της να καθίστανται προσιτές σε όλο το φάσμα των ελληνικών επιχειρήσεων ανεξαρτήτως μεγέθους και οικονομικής επιφάνειας. Με βάση τα στοιχεία που επικαλείται η ADUS, μέσω της παροχής των στοχευμένων υπηρεσιών της, οι πελάτες της έχουν τη δυνατότητα να εμφανίσουν έως και 50% αύξηση πωλήσεων, αναπτύσσοντας το επιχειρηματικό πεδίο που τους ενδιαφέρει.

Αγρόκηπος Χαλβατζή: Διάκριση στα Packaging Awards

Το ασημένιο βραβείο στην κατηγορία Packaging of New Products Launched in the Greek Market, απέσπασε ο Αγρόκηπος Χαλβατζή, στο πλαίσιο των Packaging Innovation Awards 2019.

Συγκεκριμένα, το προϊόν που διακρίθηκε ήταν το Smoothies Παντζαριού, που κυκλοφόρησε στην αγορά το Μάιο και του οποίου τη συσκευασία σχεδίασε η Kevin+Marshall. Ο Αγρόκηπος Χαλβατζή επεκτάθηκε στα smoothies με βάση το παντζάρι, μετά τη σειρά λαχανικών στον ατμό, με γνώμονα το συνδυασμό του σύγχρονου τρόπου ζωής με τις νέες τάσεις διατροφής.



editorial



Η έρευνα και η ανάπτυξη απαιτούν κεφάλαια και υπομονή.

Και πώς να τα διαθέσει κανείς, όταν οι περισσότερες επιχειρήσεις πασχίζουν να μεγαλώσουν τα μεγέθη τους ή να διασώσουν ότι μπορεί να διασωθεί στην εποχή μετά τα μνημόνια;

Ωστόσο δεν θα μπορούσε κανείς να μη σταθεί στο παράδειγμα μίας οργάνωσης παραγωγών, της Ζευσ, η οποία δραστηριοποιείται στην παραγωγή φρούτων και κυρίως ακτινιδίων. Μία κοινοπραξία που έχει συστήσει στην Ιταλία, υλοποιώντας τα τελευταία 8 χρόνια, πρόγραμμα έρευνας και ανάπτυξης, την καθιστά πρότυπο και μακάρι να γίνει και παράδειγμα προς μίμηση.

Η Ζευσ θα βγάλει στην αγορά κίτρινο ακτινίδιο, το οποίο ουδεμία άλλη επιχείρηση με ανάλογη δραστηριότητα παγκοσμίως, διαθέτει αυτή τη στιγμή.

Στη διεθνή αγορά οι απαιτήσεις των καταναλωτών για διαφοροποίηση στην παραγωγή και για προϊόντα με ξεχωριστό χαρακτήρα, εγχειρήματα όπως αυτό αποκτούν τη δική τους αξία.

Έτσι οι όροι Research and Development, είναι από μόνιους τους καθοριστικοί. Γιατί μπορεί να ζητούν χρήματα για την υλοποίησή τους, θέτουν όμως τις βάσεις για επιχειρήσεις που αναπτύσσουν μακρόπνοα μοντέλα επιχειρείν και όχι μοντέλα που αναρωτιέται κανείς αν θα υπάρχουν την επόμενη μέρα.

Γιώργος Λαμπρίνος