impact

Εμπορικό Αποτύπωμα Προμηθευτών & Διανομέων Συμμετοχική Έρευνα

Η πλέον προηγμένη έρευνα για τις σύγχρονες επιχειρηματικές ανάγκες, απόλυτα συμβατή με ευρωπαϊκά και αμερικανικά πρότυπα.

Netrino

Η έρευνα

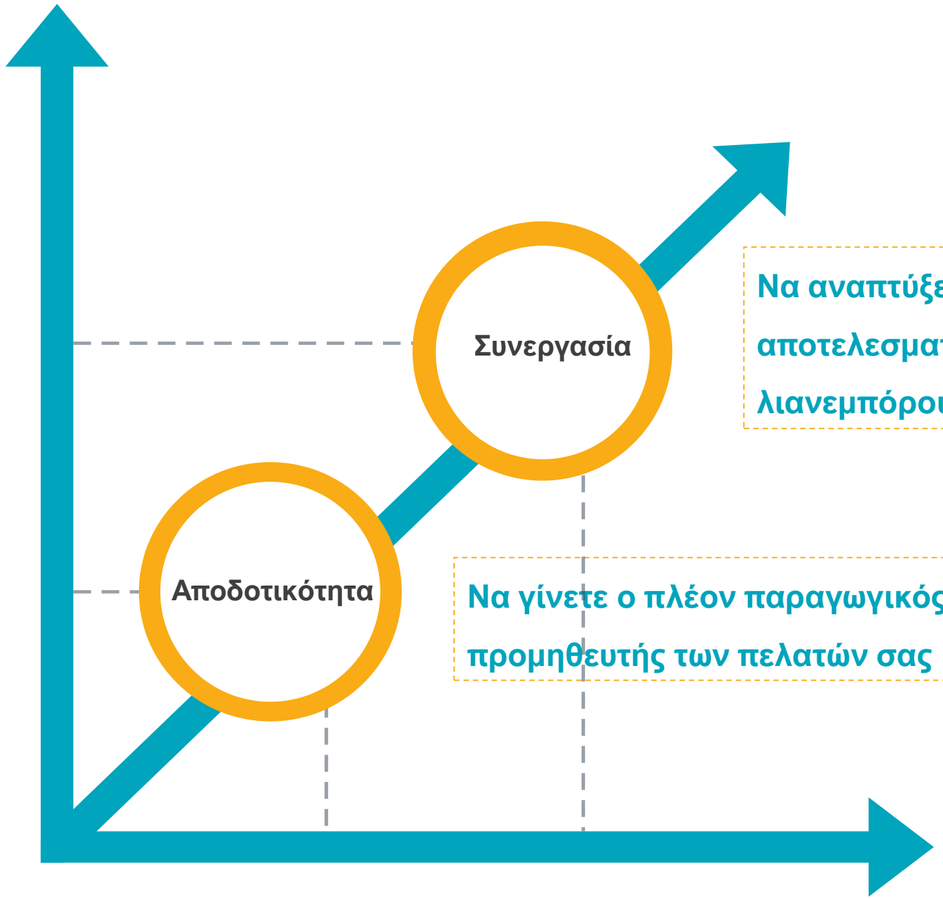
Ανανεωμένη έκδοση 2021,
με την επιστημονική υποστήριξη του
Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

- Διεξάγεται σε Ελλάδα και Κύπρο και επεκτείνεται σε νέους κλάδους *
- Η έρευνα ακολουθεί και υποστηρίζει τις αρχές του Efficient Consumer Response
  - Συνεργασιακή προσέγγιση– Κοινή αντίληψη
  - Διοίκηση μέσω δεικτών απόδοσης (KPI's)
  - Win - Win Λύσεις στοχεύοντας στον shopper / Καταναλωτή

> **Οι αντιλήψεις και οι απόψεις των πελατών σας, είναι η πιο κρίσιμη πηγή πληροφοριών για τη βελτίωση της απόδοσης σας.**

* Η έρευνα επεκτείνεται και σε σημαντικούς επιχειρηματικούς κλάδους FMCG's, pharmaceuticals, construction materials, Supply chain services

Σκοπός & Αποτέλεσμα



Να αναπτύξετε την καλύτερη δυνατή και αποτελεσματική συνεργασία με τους λιανεμπόρους στο Οργανωμένο Κανάλι

Να γίνετε ο πλέον παραγωγικός προμηθευτής των πελατών σας

Διάγνωση & επιλογή σημείων προς βελτίωση

Δημιουργία στρατηγικού σχεδίου δράσης

Διόρθωση σημείων & αναβάθμιση σχέσης με Λιανεμπόρους

Αποτύπωμα (impact) στους συνεργάτες

01 Εικόνα

Πως οι πελάτες βλέπουν την εταιρεία σας και το ανταγωνιστικό περιβάλλον

02 Ανάγκες

Ποιες οι σημαντικότερες ανάγκες των λιανέμπορων και ποιο μοντέλο αξιολόγησης ακολουθούν για τους προμηθευτές τους

03 Αξιολόγηση

Πώς σας αξιολογούν και που κατατάσσουν την εταιρεία μας, σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές

04 Ικανοποίηση

Η ικανοποίηση των πελατών σε θεμελιώδη παράγοντες

05 Στρατηγική

Ποιες οι μελλοντικές ανάγκες και στρατηγικές κινήσεις σχετικά με τους προμηθευτές.

Συλλογή & Ανάλυση Δεδομένων

Αυθόρμητες Αναφορές
Αυθόρμητη/ υποκειμενική ανταπόκριση

Δομημένο ερωτηματολόγιο
Απόλυτες βαθμολογίες σε συγκεκριμένα θέματα

Ανοιχτές συζητήσεις
Συλλογή αυθεντικών ιδεών, ποιοτικών σχολίων και προτάσεων

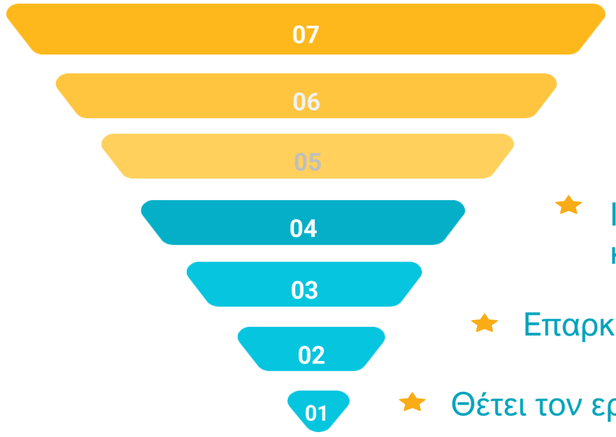
Καταγραφή σημαντικότητας
Μέτρηση στάθμισης των διαφορετικών κριτηρίων

Ποσοτική & Ποιοτική Μέθοδος

#1 Δια ζώσης συνέντευξη
Προσωπική συνέντευξη με ραντεβού στα βασικά στελέχη της αγοράς.

#2 Συνέντευξη από απόσταση
Προσωπική συνέντευξη με ραντεβού εξ' αποστάσεως

Κλίμακα αξιολόγησης: 1-7



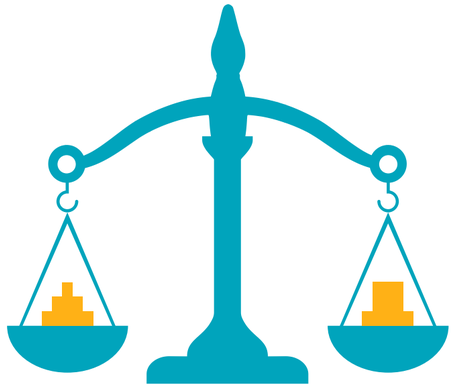
Περιγραφική Ανάλυση: Συνοπτική και αποτελεσματική 1

Δυναμική Ανάλυση: Multicriteria Analysis 2

- Ισορροπημένη: τρεις θετικές, τρεις αρνητικές και μια ουδέτερη αξιολόγηση,
- Επαρκής: ευρεία και συγχρόνως λιτή όσο χρειάζεται
- Θέτει τον ερωτώμενο σε διαδικασία βαθύτερης αξιολόγησης

Netrino

Κώδικας Ερευνητικής Ηθικής & Παραδοτέα Ευρημάτων & Προτάσεων



Κώδικας ηθικής:

Αυστηρή εμπιστευτικότητα για τα αποτελέσματα και τα ευρήματα

Σε κάθε συμμετέχουσα εταιρεία, θα γνωστοποιείται ΜΟΝΟ η δική της θέση μέσα στο πάνελ, τόσο συγκριτικά όσο και απόλυτα (βαθμολογικά).

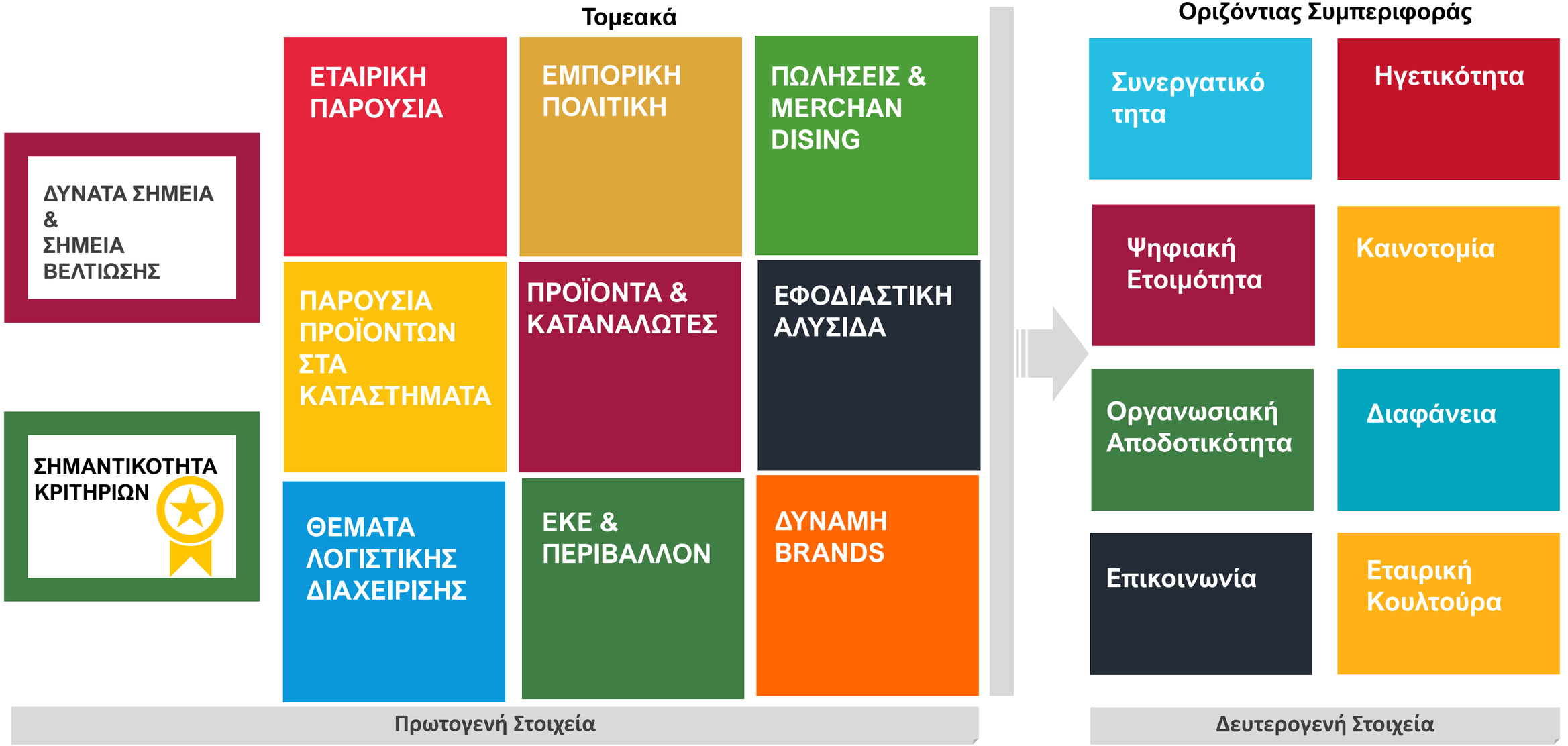
Για λόγους επιβράβευσης και συγκρισιμότητας, θα σας γνωστοποιείται η πρώτη εταιρεία στο σύνολο του πάνελ και η πρώτη εταιρεία στην υποκατηγορία σας.

Θα σας γνωστοποιηθούν, τα ποιοτικά σχόλια των λιανέμπορων **που αφορούν εσάς**.

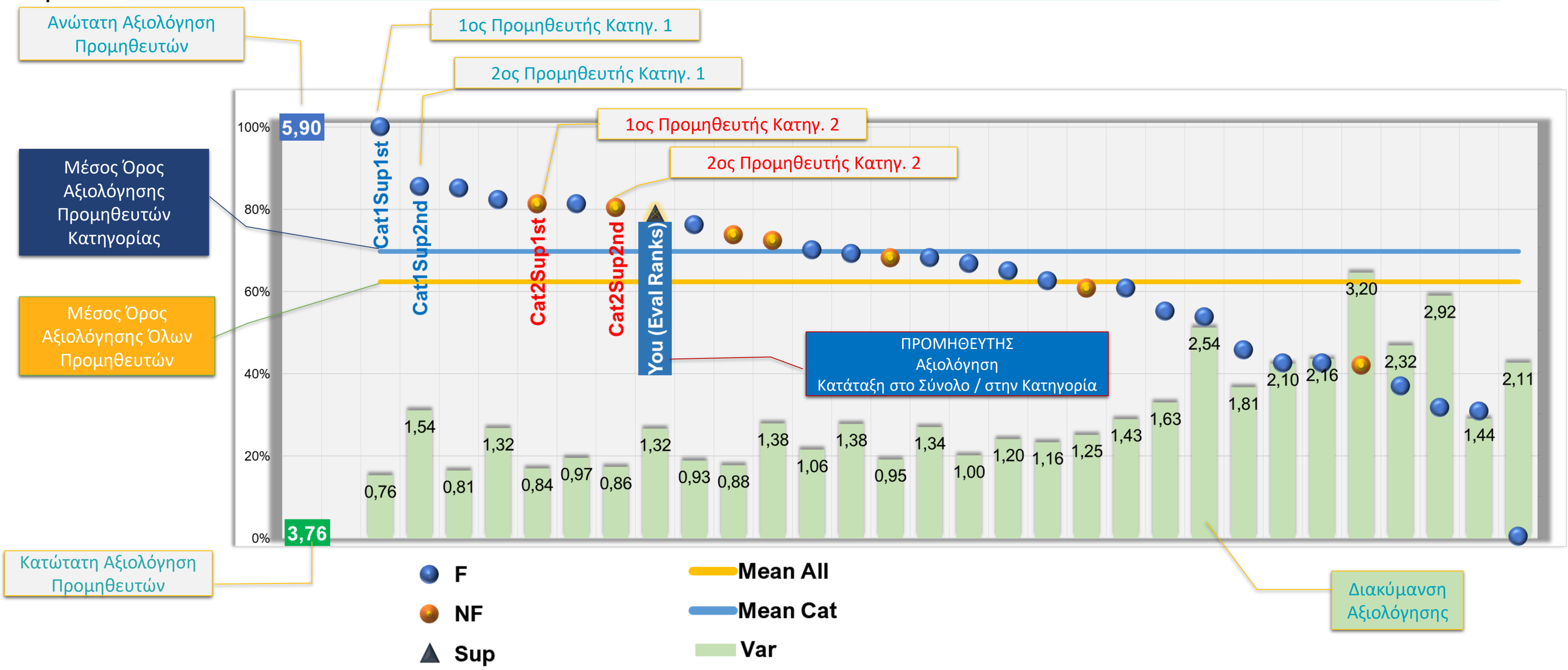
Παραδοτέα:

- Παρουσίαση στη Διεύθυνση της εταιρείας
- Επεξεργάσιμο spreadsheet
- Πίνακες & Διαγράμματα

Ενότητες Αξιολόγησης



Καινοτομική Παρουσίαση Αποτελεσμάτων



Netrino

Verbatims

** Τα στελέχη της αγοράς αξιολογούν με δικά τους λόγια την εταιρεία σας και την αγορά*

- ✓ Σχόλια ειδικά για εσάς
- ✓ Σχόλια για το σύνολο των προμηθευτών

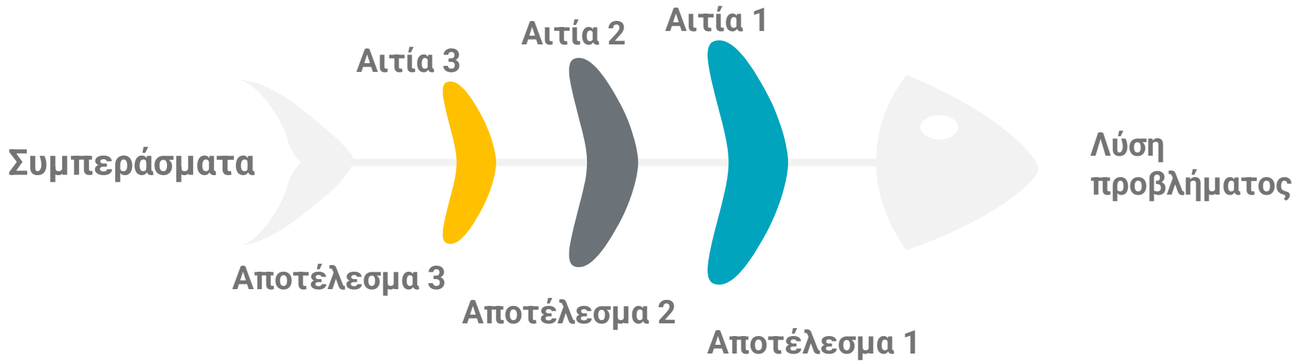
SWOT

- **Δυνατά σημεία**
- Ευκαιρίες ανάπτυξης
- **Ευκαιρίες βελτίωσης**
- **Προβλήματα**

Fishbone impact

Η ανατομία ενός προβλήματος μοιάζει ακριβώς με τον σκελετό ενός ψαριού με το πρόβλημα στο κεφάλι του και τις αιτίες για το πρόβλημα να τροφοδοτούν τη σπονδυλική στήλη.

Για την ανάλυση των αιτίων και αποτελεσμάτων θα αντλήσετε στοιχεία από τη **βαθμολογία** και τα **σχόλια** που έχουν κάνει για εσάς οι συνεργάτες σας, ώστε να σας ωθήσει να εξετάσετε όλες τις πιθανές αιτίες ενός προβλήματος και όχι μόνο τις πιο προφανείς.



Key Account Strategic Management (KASTRAM)

Προηγμένα Εργαλεία Στρατηγικής

- Αξιολόγηση supply base structure
- Θέση Προμηθευτή στο Kraljic Matrix

Workshop

1. Συμμετέχοντες: μικτή ομάδα Διοίκησης
2. Προετοιμασία με Εταιρία: μιας εβδομάδας
3. Διάρκεια workshop: 4 ωρών
4. Στα γραφεία σας & διαδικτυακά
5. Δυο έμπειροι εισηγητές / εκπαιδευτές
6. Διαδραστικότητα & δημιουργική κριτική

Θεματολογία

- Το Λιανεμπόριο σήμερα
- Πιστότητα σε προϊόντα και καταστήματα
- Στόχοι και Στρατηγική Μεγάλων Αλυσίδων
- Αξιολόγηση εταιρίας: συνεργασία & αποδοτικότητα
- Οι στόχοι μας για κάθε σημαντικό πελάτη
- Το Matrix των δύο πλευρών
- Αναζήτηση Win –Win σχέσης
- Επεξεργασία S.W.O.T. Analysis
- Fact Book για μεγάλη αλυσίδα
- Κερδοφορία Πελατών
- Mapping Ατόμων Κλειδιά
- Προετοιμασία Ετήσιου in-store marketing plan

Προηγμένη Στρατηγική Αξιολόγηση (2)

EXTRA

Θέση Προμηθευτή στο Kraljic Matrix κατά Olsen και Ellram (1997)

1. Μη κρίσιμοι Προμηθευτές
    1. με χαμηλό τζίρο και χαμηλό κίνδυνο
    2. Προϊόντα: μικρής αξίας για shopper
2. Στρατηγικοί Προμηθευτές
    1. με υψηλό τζίρο και υψηλό κίνδυνο
    2. Προϊόντα: στρατηγικά, με τεράστιο αντίκτυπο στην εικόνα & ποιότητα υπηρεσιών, στο κόστος και στο χρόνο παράδοσης.
3. Προμηθευτές πλεονεκτήματος / αξιοποίησης
    1. Προμηθευτές με υψηλό τζίρο και χαμηλό κίνδυνο προσφοράς.
    2. Προϊόντα: τυποποιημένα, ομογενοποιμένα και ανταγωνιστικά (πολλές επιλογές στην αγορά)
4. Προμηθευτές Bottleneck
    1. Με χαμηλό τζίρο, αλλά υψηλού κινδύνου.
    2. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα προϊόντων: μη τυποποιημένα, επί παραγγελία και μονοπωλημένα.

Ερωτήσεις:

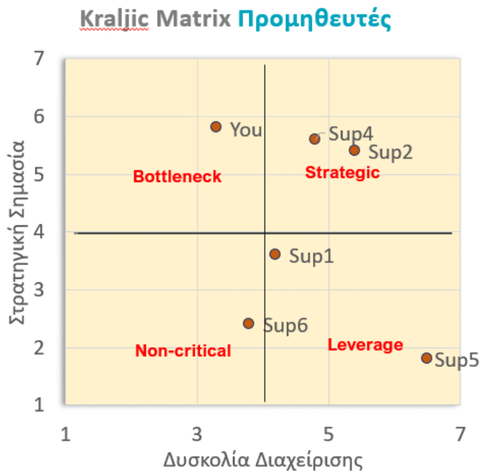
1. Κίνδυνος μειωμένης συνεργασίας

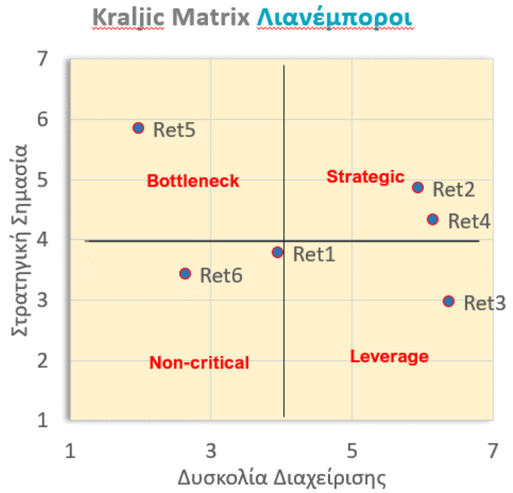
2. Τζίρος

3. Προϊόντα

*σημαντικά για shopper

*διαφοροποιημένα





Αξιολόγηση κατά “supply base structure” - Ateş et al. (2015)

- Σε σχέση με άλλους προμηθευτές
- Από κάθε λιανέμπορο (ανώνυμα)

✓ Βαθμός & Κατάταξη

✓ Ένταση ανταγωνισμού
✓ Διαφοροποίηση Προμηθευτών
✓ Βαθμός Διασύνδεσης
✓ Χρονική Ανταπόκριση
✓ Διαφάνεια
✓ Κόστος Διαχείρισης
✓ Καινοτομία

Netrino