



TRUTH

IS WHAT WE ARE LOOKING FOR.

BERRIES

IS THE WAY WE WANT TO LOOK AT THINGS,
TO CAPTURE THE MOST JUICY OPPORTUNITIES
FOR YOUR BUSINESS.

TRUTH

Το Πλαίσιο της Έρευνας



Ερευνητικός Σχεδιασμός

Τα διαφορετικά βήματα

6

Μέθοδος



Ποσοτική Έρευνα σε μέλη & μη μέλη GRECA (B2B)

1Γ

Online Προσωπικές Συνεντεύξεις (C.A.W.I)

Σύνολο	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Λοιπά Αστικά
N=202	N=89 (44%)	N=20 (10%)	N=93 (46%)

Διάρκεια συνέντευξης: 12 λεπτά κατά μέσο όρο

Προφίλ δειγματος

Έμποροι με e-shop

Σύνολο	Μέλη του GRECA	Μη-μέλη του GRECA
N=202	N=58 (29%)	N=144 (71%)

Αντιπροσώπευση μεγάλων και μικρών ηλεκτρονικών καταστημάτων

Έμποροι Αθήνας, Θεσσαλονίκης, Λοιπών Αστικών

Μέθοδος



Ποιοτική Έρευνα σε εταιρείες ταχυμεταφορών (B2B)

1Α

Προσωπικές Συνεντεύξεις (Online)

N=7 συνεντεύξεις

Διάρκεια συνέντευξης: 1.5 ώρες κατά μέσο όρο

Προφίλ δειγματος

- Εταιρείες-μέλη εταιρειών **ταχυμεταφορών (5)**
- Εταιρείες-μέλη εταιριών **Logistics (2)**
- Μέλη της Διοίκησης

Αντιπροσώπευση μεγάλων και μικρών εταιριών ταχυμεταφορών & εταιριών Logistics

Έδρα: Αθήνα

Χρονοδιάγραμμα

Το fieldwork διεξήχθη από 28/6/21
– 17/9/21



Συμπεράσματα



Η αγορά σήμερα: e-shops σε δύο ταχύτητες (1/2)

Η αγορά του e-commerce αυξάνεται με ταχείς ρυθμούς. Με βάση τα στοιχεία του δείγματός μας, η αύξηση είναι **πάνω από 50% τα τελευταία 2 χρόνια** (36% νεοεισερχόμενοι)

Αυτή η «εκτόξευση» αποτυπώνεται στην εικόνα μίας αγοράς που –σήμερα- ένα **σημαντικό μέρος της αντιδρά** προσπαθώντας να ανταπεξέλθει στις εξελίξεις, **παρά οργανώνεται και δρα**. Αυτό καταλήγει σε **e-shops δύο ταχυτήτων**:

1^η ταχύτητα



Προσέγγιση στην online δραστηριότητά τους
σαν μία βασική επιχειρηματική
δραστηριότητα

2^η ταχύτητα



Προσέγγιση στην online δραστηριότητά τους
σαν όχι βασική επιχειρηματική δραστηριότητα

Η αγορά σήμερα: e-shops σε δύο ταχύτητες (1/2)

Προσέγγιση στην online δραστηριότητά τους
σαν μία βασική επιχειρηματική
δραστηριότητα

Συνδέεται με μεγαλύτερη επένδυση στο site και μεγαλύτερη ανεξαρτησία (δεν δραστηριοποιούνται αποκλειστικά μέσω marketplaces)

Προσέγγιση στην online δραστηριότητά τους
σαν όχι βασική επιχειρηματική δραστηριότητα

Συνδέεται με μικρότερη επένδυση και ανεξαρτησία, ακολουθώντας τη λογική μίας δραστηριότητας που βασίζεται στην ανάγκη παρουσίας «σε αυτό που δείχνουν οι τάσεις». Με πιο πρόχειρο σχεδιασμό για να είναι αυτόφωτο ή να υπάρχει με digital κώδικες – κυρίως αναπαράγουν κώδικες επιχειρηματικού μοντέλου φυσικού καταστήματος (υπάλληλοι πλήρους απασχόλησης, εσωτερικά τμήματα με physical proof, δικές τους αποθήκες)

Patterns

Παρατηρείται σχέση μεταξύ της επένδυσης στο site και του επιπέδου παραγγελιών:

- Οι επιχειρήσεις που έχουν πιο αυξημένη εμπορική δραστηριότητα (περισσότερες παραγγελίες ημερησίως) έχουν μεγαλύτερη διείσδυση στα ψηλότερα ποσά επένδυσης (πάνω από 10.000€) για τη δημιουργία του site του e-shop τους

Η καλή εμπειρία on-site είναι κομμάτι του προϊόντος

Η βασική πρόκληση σήμερα και ευκαιρία ανάπτυξης για αύριο, είναι η καλή εμπειρία του πελάτη από το Α ως το Ω της αγοραστικής του διαδρομής

Θα πρέπει να αφορά μία ολιστική εμπειρία, όπου τα διαφορετικά κομμάτια της εφοδιαστικής αλυσίδας θα λειτουργούν όσο πιο αρμονικά γίνεται, προκειμένου να μην γίνονται αντιληπτά από τον πελάτη ως διαφορετικά

Οι εταιρίες courier & logistics εντάσσονται εξ' ορισμού ως ισότιμα μέλη, προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος

Τα βασικά ζητούμενα για την συνεργασία των e-shop και των εταιριών courier & logistics

Ειλικρινής και καλή επικοινωνία μεταξύ των e-shops και των εταιριών courier & logistics

Από την πλευρά των e-shops:

- Επικοινωνία του Workflow: να μπαίνουν οι εταιρίες courier & logistics στο loop της επικοινωνίας

Από την πλευρά των εταιριών courier & logistics :

- Τήρηση της υπόσχεσης σχετικά με το χρονοδιάγραμμα

Από την πλευρά των e-shops:


- Η ατζέντα να μην εστιάζει στο κόστος αλλά στην εξέλιξη και την αξία που μπορούν να λάβουν και οι επιχειρήσεις και ο τελικός καταναλωτής

Από την πλευρά των εταιριών courier & logistics:

Να αναπτύξουν διαδικασίες client service ώστε να βελτιωθεί η επικοινωνία και τελικά οι προσδοκίες των εμπλεκόμενων μερών (συμπεριλαμβανομένου του τελικού πελάτη)

Τα μέλη του GRECA έχουν μεγαλύτερη διείσδυση στα e-shops 1^{ης} ταχύτητας:

- Μεγαλύτερο ποσοστό αυτών κάνει σοβαρή επένδυση στο site του e-shop (53% των μελών έχουν επενδύσει πάνω από 10.000€, το αντίστοιχο ποσοστό στα μη-μέλη είναι 24%)
- Το ποσοστό ανεξαρτησίας από τα marketplaces είναι σημαντικά αυξημένο σε σχέση με τα μη-μέλη (45% vs. 13%)
- Ο βαθμός ωριμότητας των μελών (χρόνια ενασχόλησης με το e-commerce) είναι σημαντικά αυξημένος σε σχέση με τα μη-μέλη (61% πάνω από 6 χρόνια, το αντίστοιχο ποσοστό στα μη-μέλη είναι 29%)



Σε μία αγορά που μεγαλώνει (το 1/3 του δείγματός μας δραστηριοποιήθηκαν τα τελευταία 2 χρόνια), ο GRECA θα πρέπει να προσελκύσει νεοεισερχόμενους

Προτάσεις



Η επόμενη μέρα

Το μεγάλο ζητούμενο είναι οι δύο πλευρές, χρησιμοποιώντας τα κοινά σημεία –σημεία που αναγνωρίζουν και οι δύο ως προκλήσεις ή ευκαιρίες ανάπτυξης – να συμφωνήσουν σαφή και συγκεκριμένα βήματα (action plan) για το βραχυπρόθεσμο και το μακροπρόθεσμο μέλλον

Προβλήματα

Λύσεις

Έλλειψη οργάνωσης & προγραμματισμού

Λειτουργία της εταιρίας με πλάνο και στρατηγική: αντιγραφή/ τροποποίηση best practices εξωτερικού) – Δημιουργία διαδικασιών

Έλλειψη ομοιομορφίας στη δραστηριότητα του e-commerce (διαφορετικές ταχύτητες)

Καθιέρωση βασικών βημάτων/ στοιχείων (π.χ. επένδυση στο site, όχι δραστηριότητα-πυροτέχνημα)

Δραστηριοποίηση στο digital περιβάλλον με τους κανόνες του φυσικού καταστήματος

Δημιουργία ξεχωριστού πλάνου και αυτόφωτης δραστηριότητας. Εκπαίδευση/ σεμινάρια

Η επόμενη μέρα για τις εταιρίες courier & logistics

Προβλήματα

Λύσεις

Το περιορισμένο οικονομικό κίνητρο των franchisees

Δημιουργία οικονομικού οφέλους και bonus plan για τους franchisees

Έλλειψη επαρκούς τεχνολογίας/ αυτοματισμών - χρονοβόρες διαδικασίες (lack of time efficiencies)

Επένδυση στην τεχνολογία και εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού (αντιγραφή/ τροποποίηση best practices εξωτερικού)

Έλλειψη δέσμευσης στο χρόνο παράδοσης

Ρήτρα αποζημίωσης

Η επόμενη μέρα για τις εταιρίες courier & logistics

Προβλήματα

Λύσεις

Σωστή κοστολόγηση

Εξορθολογισμός κόστους (παραμετροποίηση)

Έλλειψη upgraded υπηρεσίας

Δημιουργία προϊόντικών προτάσεων: συγκεκριμένες υπηρεσίες που θα επικοινωνούνται με σαφήνεια & ανάλογο κόστος

Επιστροφές προϊόντων

Δημιουργία database με ποσοστά επιστροφής ανά κλάδο

thank you!

Contact details:
s.protonotariou@truberries.com

