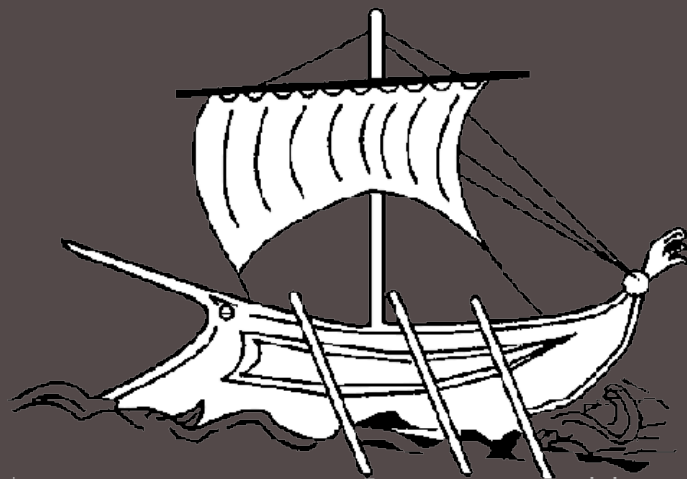


RETAIL MANAGEMENT



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ

Κουμπούρας Δημήτριος
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΓΙΑΝΝΙΑΣ ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ

και πως
αυτό βρίσκει
εφαρμογή
στην αγορά
του espresso
στην Ελλάδα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αγαπημένη
συνήθεια του
Έλληνα!



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

- ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗ
- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
- ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
- ΒΑΣΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

- ΟΡΙΣΜΟΣ
- ΒΑΣΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΟΥ
- Η ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ESPRESSO

- Τι είναι ο espresso
- Ανάλυση αγοράς του espresso στην ελληνική αγορά

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΑΞΙΑ

	2010	2011	2012	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 10-11	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 11-12
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ	42.379.070	41.456.404	40.650.754	- 2,18	- 1,94
ΣΤΙΓΜΙΑΙΟΣ	79.157.856	75.154.976	75.698.875	- 5,06	0,72
ΦΙΛΤΡΟΥ	12.373.965	11.830.208	10.967.632	- 4,39	- 7,29
ESPRESSO	7.340.547	10.307.013	10.857.423	40,41	5,34

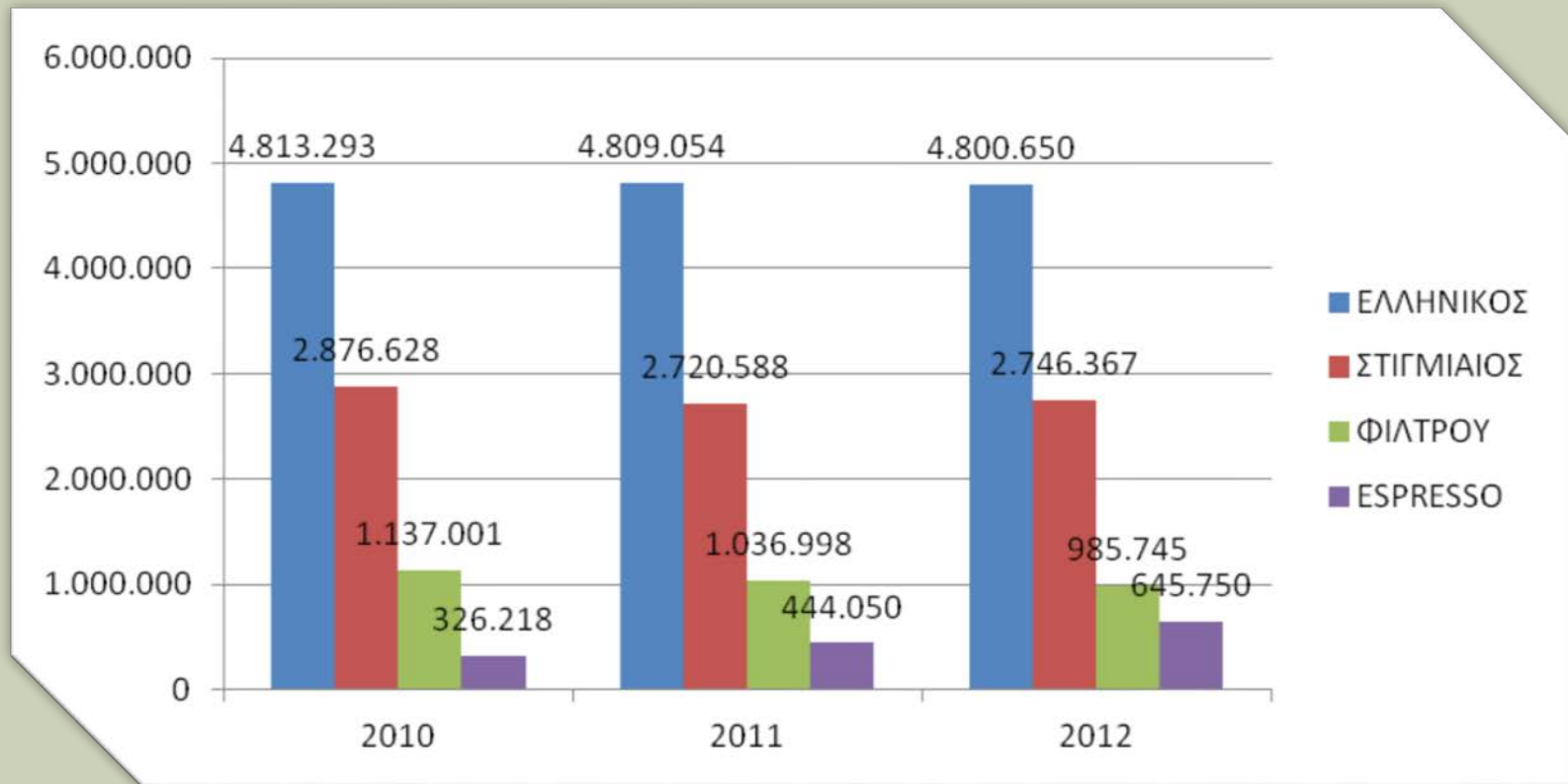
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΑΦΕ ΣΕ ΑΞΙΑ

	2010	2011	2012	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 10-11	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 11-12
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ	28,7%	27,4%	27,2%	- 4,53	- 0,73
ΣΤΙΓΜΙΑΙΟΣ	53,6%	50,9%	50,2%	- 5,04	- 1,38
ΦΙΛΤΡΟΥ	8,4%	8,0%	7,2%	- 4,76	- 10,00
ESPRESSO	5,0%	7,0%	13,7%	40,00	95,71

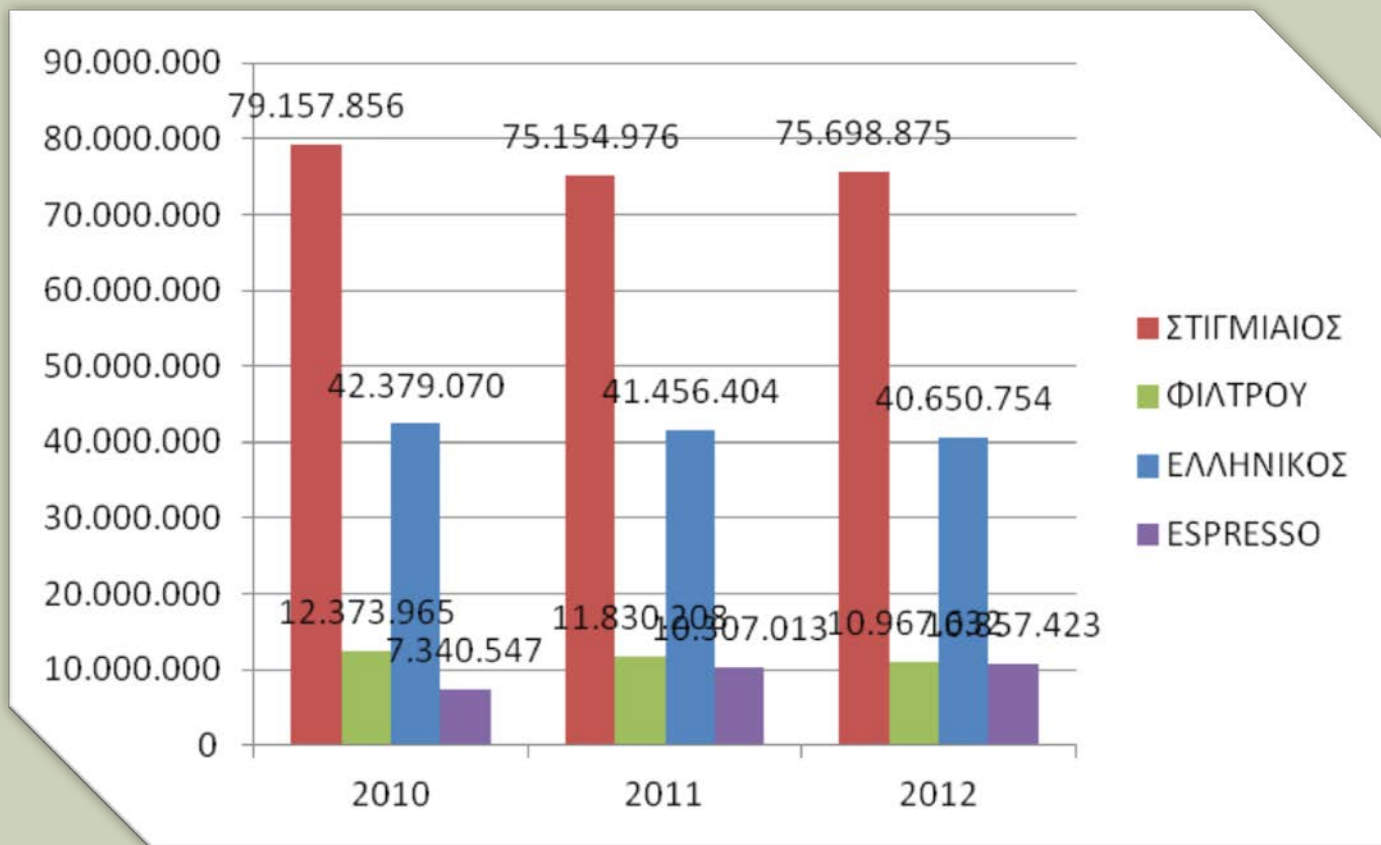
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΦΕ ΣΕ ΚΙΛΑ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΦΕ ΣΕ ΑΞΙΑ



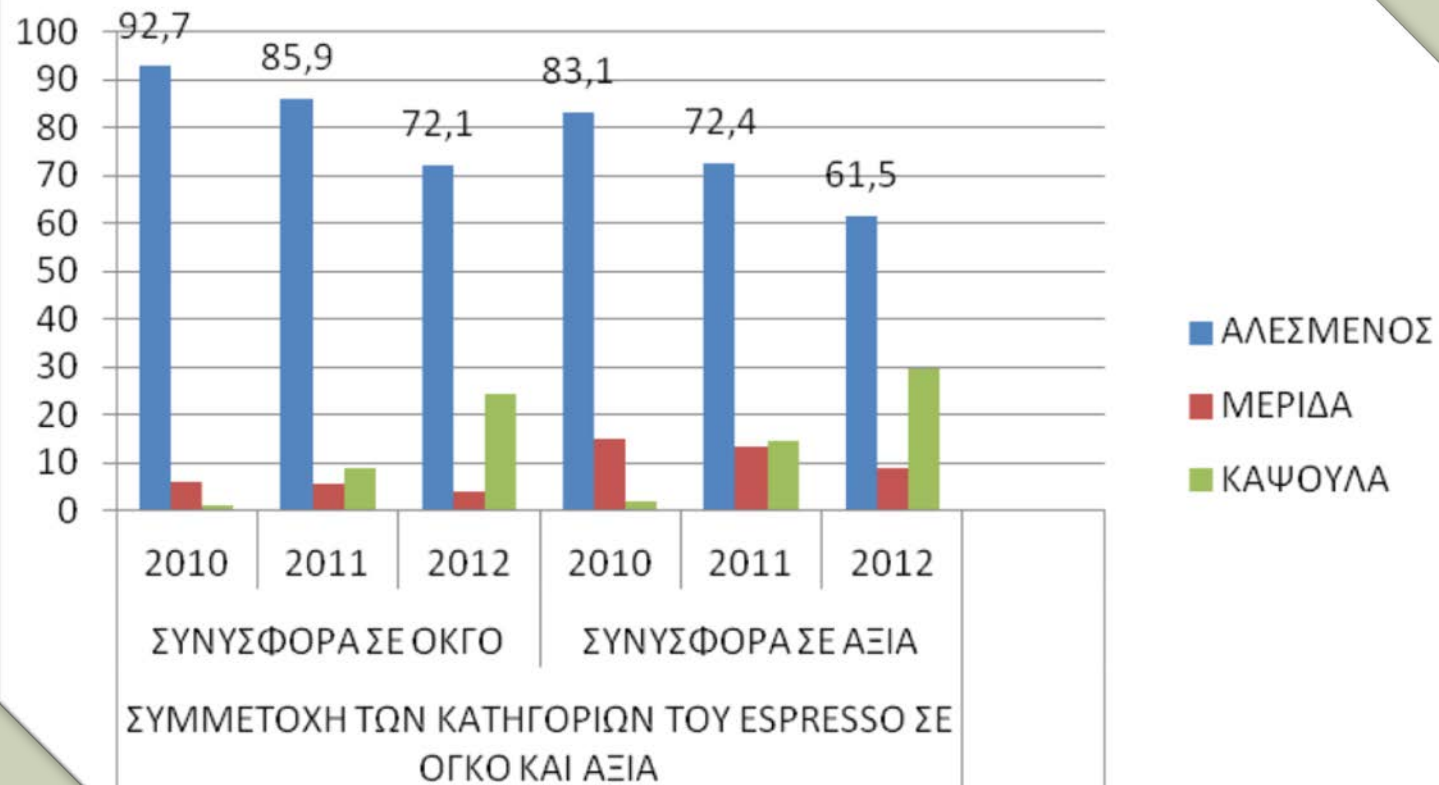
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ ΤΟΥ ESPRESSO ΣΕ ΟΓΚΟ ΚΑΙ ΑΞΙΑ

	ΣΥΝΥΣΦΟΡΑ ΣΕ ΟΓΚΟ			ΣΥΝΥΣΦΟΡΑ ΣΕ ΑΞΙΑ		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
ΑΛΕΣΜΕΝΟΣ	92,7	85,9	72,1	83,1	72,4	61,5
ΜΕΡΙΔΑ	6,1	5,6	3,9	15,1	13,1	8,6
ΚΑΨΟΥΛΑ	1,2	8,6	24,3	1,8	14,5	29,6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ ΤΟΥ ESPRESSO ΣΕ ΟΓΚΟ ΚΑΙ ΑΞΙΑ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΟΓΚΟ

ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΟΓΚΟ					
BRANDS	2010	2011	2012	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 10-11	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 11-12
ILLY	35,9	31,1	27,8	-13,37047354	-10,6109
LAVAZZA	43,9	39,7	30,2	-9,567198178	-23,9295
JACOBS	7,7	13,4	14,3	74,02597403	6,716418
TASSIMO	0	3,9	9,6	0	146,1538
PL	4,6	5,3	6,7	15,2173913	26,41509
DOLCE GUSTO	0	3,4	8,2	0	141,1765
DOUWE EGBERTS	1,5	2	2,1	33,33333333	5

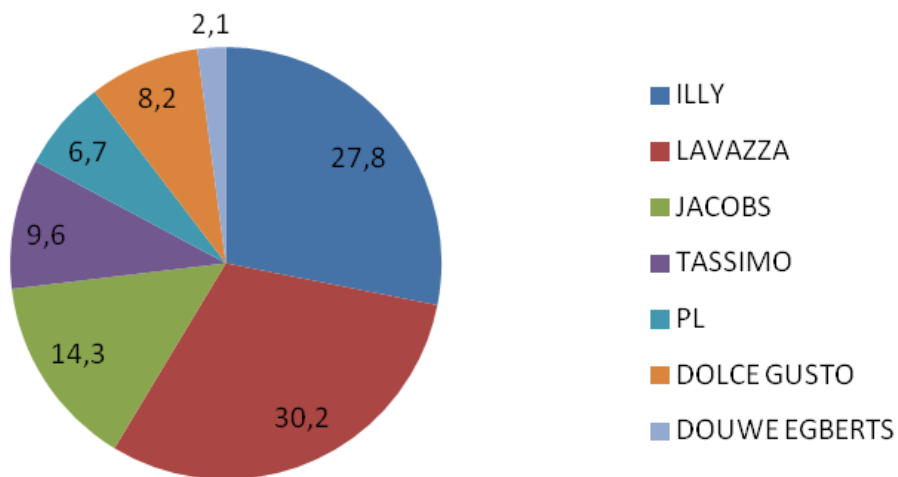
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΟΓΚΟ

2010

2011

2012



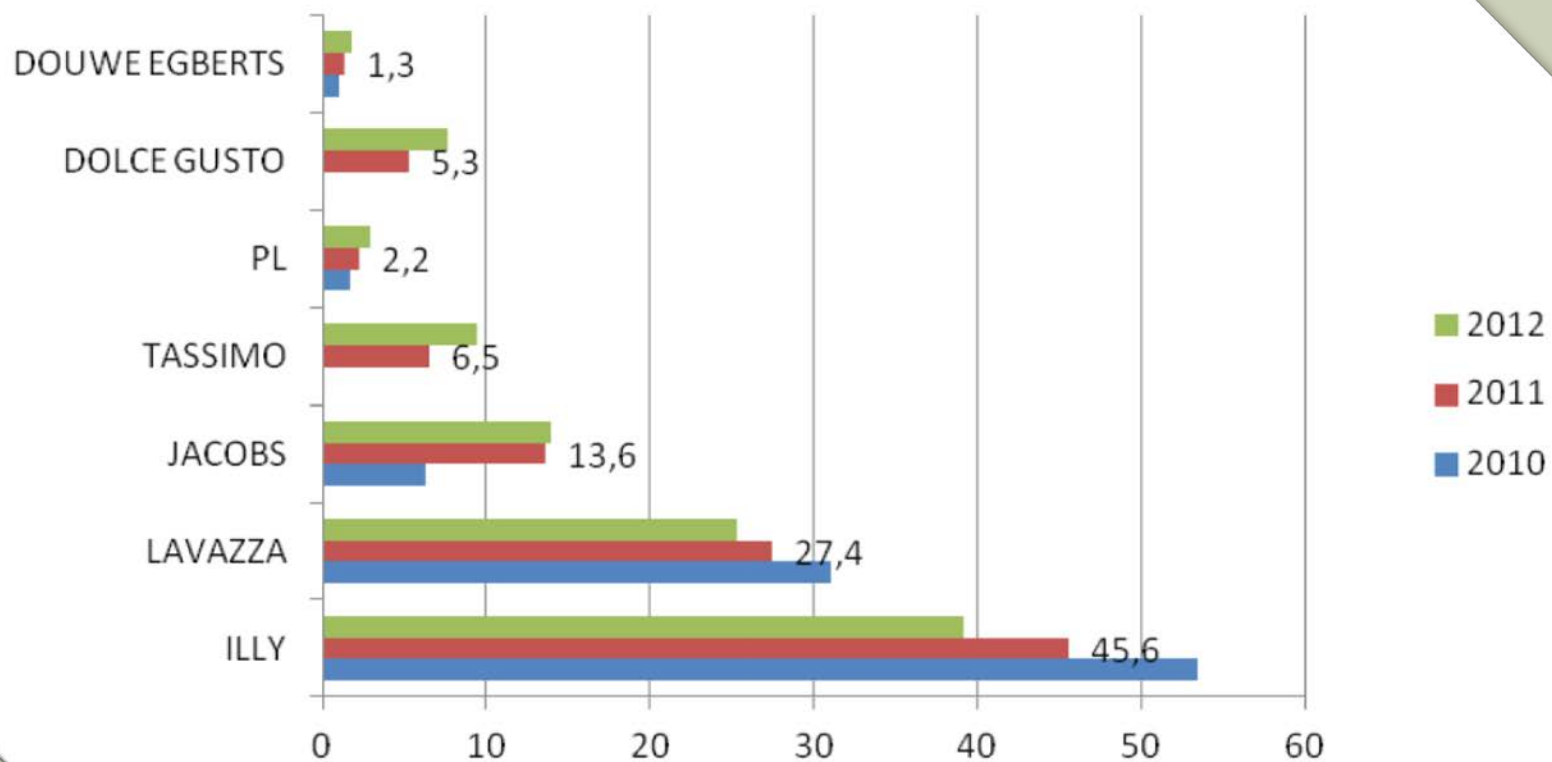
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΑΞΙΑ

BRANDS	2010	2011	2012	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 10-11	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 11-12
ILLY	53,5	45,6	39,2	-15%	-14%
LAVAZZA	31,1	27,4	25,3	-12%	-8%
JACOBS	6,3	13,6	13,9	116%	2%
TASSIMO	0	6,5	9,5	0%	46%
PL	1,7	2,2	2,9	29%	32%
DOLCE GUSTO	0	5,3	7,6	0%	43%
DOUWE EGBERTS	1	1,3	1,8	30%	38%

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΑΞΙΑ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ESPRESSO

- Στρατηγική τμήματος πωλήσεων
- Μάνατζμεντ της δύναμης πωλήσεων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ

- Ο εντοπισμός και η αξιολόγηση των πελατών
- Η προετοιμασία
- Η προσέγγιση του πιθανού πελάτη
- Η παρουσίαση
- Η αντιμετώπιση των αντιρρήσεων
- Το κλείσιμο της πώλησης
- Ενέργειες μετά την πώληση

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

- Επαγγελματικοί χώροι (εταιρείες)
- Ξενοδοχεία
- Χώροι μαζικής προσέλευσης καταναλωτών (σταθμοί τρένων κλπ.)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ