

ΤΖΙΒΑΚΟΥ ΑΝΔΡΙΑΝΑ Α.Μ.:7760

ΣΑΜΠΟΥΡ ΣΤΕΛΛΑ Α.Μ.:7851

Επιβλέπουσα καθηγήτρια:
Κάβουρα Νίκη
Καθηγήτρια εφαρμογών



“ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ”.

ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

- Το 1939 ιδρύεται το πρώτο παντοπωλείο
- Το 1969 γίνεται η ίδρυση της εταιρίας ΑΒ Βασιλόπουλος Α.Ε.
- Μετά από 21 χρόνια η εταιρία εισάγεται στο Χρηματιστήριο Αθηνών
- 2 χρόνια αργότερα προχωράει στη συνεργασία της με την Delhaize στην οποία και εντάσσεται
- Το 2008 αναπτύσσει το δίκτυο πωλήσεων και ολοκληρώνει το εφοδιαστικό της κέντρο στα Οινόφυτα
- Σήμερα η εταιρία είναι ανάμεσα στους μεγαλύτερους εργοδότες της χώρας απασχολώντας περίπου 9000 εργαζόμενους.

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Η ΑΒ θεωρεί το Ανθρώπινο Δυναμικό ως το σημαντικότερο παράγοντα για την επίτευξη των στρατηγικών της στόχων. Έτσι δίνει έμφαση στην πρόσληψη ικανών ανθρώπων καθώς και στη συνεχή εκπαίδευση και εξέλιξη τους.

ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Η ΑΒ

- διαθέτει τη δική της σειρά προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας
- συνεργάζεται με περισσότερους από 1.500 προμηθευτές που ανταποκρίνονται στα κριτήρια βιώσιμης ανάπτυξης που θέτει.(ποιότητα, συνέπεια, στήριξη των τοπικών προϊόντων, προστασία του περιβάλλοντος , προσιτές τιμές)
- λαμβάνει μέτρα για την ασφάλεια των προϊόντων και των πελατών της.



ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Η ασφάλεια και η υγιεινή των προϊόντων της είναι το κέντρο του "Κύκλου Ποιότητας AB" και κάθε σημείο του αντιστοιχεί και σε ένα έλεγχο.



ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΑΒ

S

1. Brand Name
2. Μεγάλη γκάμα προϊόντων
3. Ποιότητα προϊόντων
4. Σχέση εμπιστοσύνης με τους προμηθευτές
5. Πράσινη πολιτική
6. Αναπτυγμένη Κοινωνική Ευθύνη

W

1. Ανήκει σε (ξένο) όμιλο
2. Θεωρείται ακριβός

O

1. Ανάπτυξη μέσω franchise
2. Ανάπτυξη logistics
3. On line Market
4. Υπηρεσίες Εξυπηρέτησης

T

1. Οικονομική κρίση
2. Ανταγωνισμός (private labels)
3. Εξωτερικός ανταγωνισμός

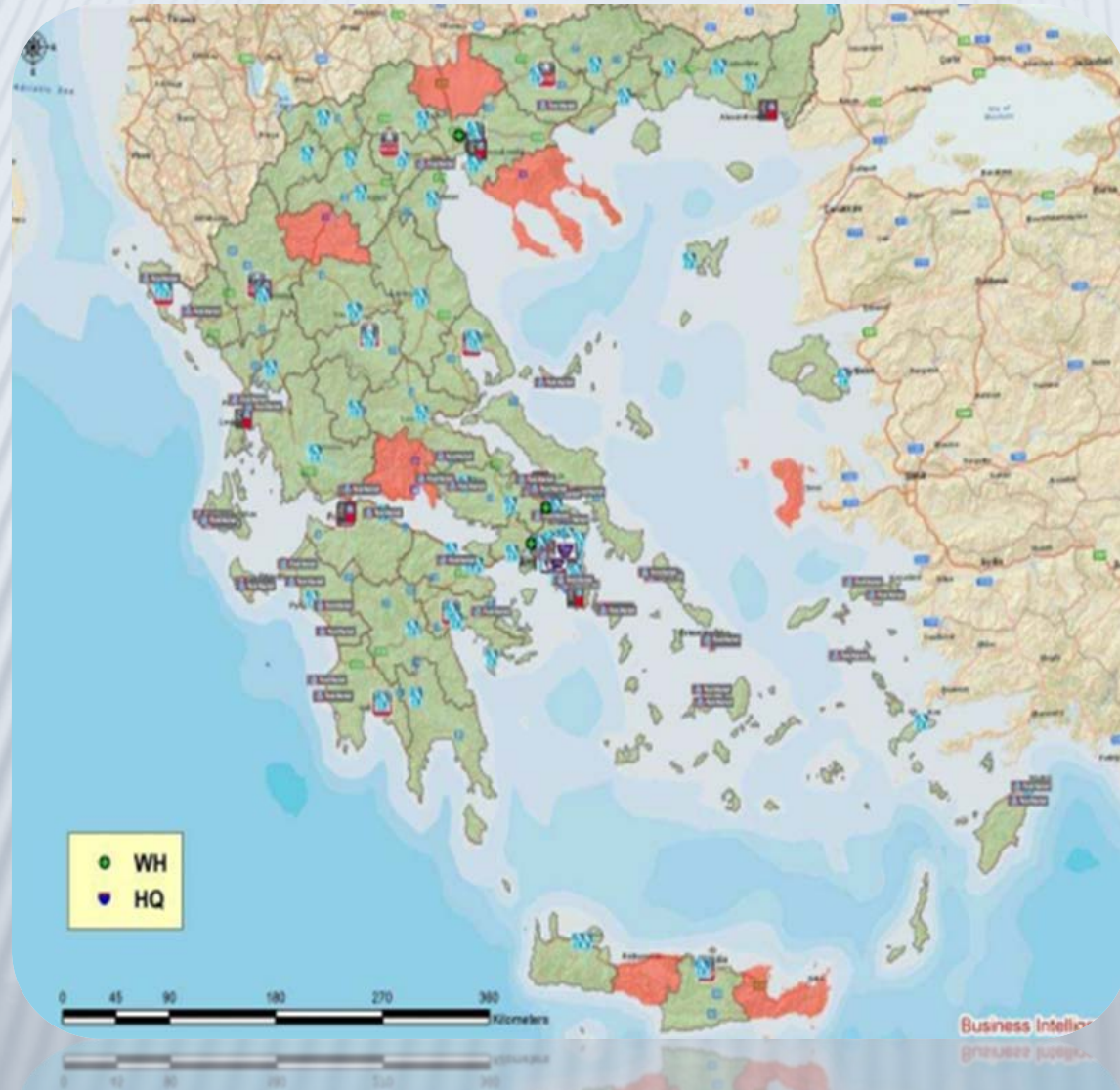
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ



WELKO

ΠΙΝΟΚΟΥΡΤΣ

ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ ΑΒ



Βασιλόπουλος 163

city 46

Shop & Go 6

Food Market 53

ΕΝΑ 13

Σύνολο 281

Update: 31/12/2013

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΑΒ



Αποστολή στο σπίτι



Δωροεπιταγές



Εδώ μετρητά με
Visa χρεωστική
ή πιστωτική

Cash Back



Western Union



Εξόφληση Λογαριασμών

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

1. Περιοδικό ποικίλης ύλης που εκδίδεται 2 φορές το χρόνο, Χριστούγεννα και Πάσχα.
2. Ενημερωτικά Έντυπα
3. Περιοδικό συμβουλών για την υγεία και τις διατροφικές ομάδες που εκδίδεται 2 φορές το χρόνο.
4. Προϊοντικά έντυπα.



ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΑΒ



MEGA, ANT1,
ALPHA, STAR,
SKAI, KONTRA
CHANNEL, EXTRA,
E TV, ALPHA
ΒΟΡΕΙΟΥ
ΕΛΛΑΔΟΣ,
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ TV και
NOVA



Λόγω χαμηλού budget ,
η εταιρία έχει επιλέξει
να κάνει περιορισμένες
διαφημίσεις στους 5-6
μεγαλύτερους
ραδιοφωνικούς
σταθμούς της Αθήνα και
στους 2-3 αντίστοιχα
της Θεσσαλονίκης



Ένα μέσο με ελάχιστο
κόστος και υψηλή
αποδοτικότητα

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

3 είναι οι βασικές θεματικές κατηγορίες :

«ΑΝΘΡΩΠΟΣ» – «ΠΡΟΪΟΝΤΑ» – «ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ»



«ΑΝΘΡΩΠΟΙ»



ΔΩΡΕΕΣ

ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ



52 ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

«ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ»

1. Ανακύκλωση

- ✓ Ανακύκλωση συσκευασιών
- ✓ Ανακύκλωση λαμπτήρων
- ✓ Ανακύκλωση μαγειρικού λαδιού

2. Κεντροποίηση logistics



«ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ»

3.Εξοικονόμηση ενέργειας

- ✓ Πράσινα μαγαζιά
- ✓ Χρήση λαμπτήρων χαμηλής κατανάλωσης
- ✓ Εκμετάλλευση απορριπτόμενης θερμότητας ψυκτικών μηχανημάτων για τη θέρμανση νερού
- ✓ Τοποθέτηση γυάλινων καπακιών στις καταψύξεις
- ✓ Εφαρμογή φωτοβολταϊκών συστημάτων
- ✓ Νέες τεχνολογίες
- ✓ Διάθεση οικολογικών τσαντών μιας ή πολλαπλών χρήσεων

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η συγκεκριμένη έρευνα επιδιώκει να εξετάσει:

- Το βαθμό που οι καταναλωτές γνωρίζουν την AB και αγοράζουν προϊόντα από αυτήν.
- Το βαθμό που η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει το αγοραστικό κοινό.
- Κατά πόσο το κοινό χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για τις αγορές του.
- Το βαθμό ικανοποίησης του κοινού όσον αφορά το Ανθρώπινο Δυναμικό της.
- Το βαθμό ικανοποίησης από την Εξυπηρέτηση Πελατών της AB.
- Το βαθμό ικανοποίησης του κοινού όσον αφορά τη ποιότητα και τη ποικιλία των προϊόντων της AB.
- Το βαθμό ικανοποίησης σχετικά με την Τιμολογιακή Πολιτική της AB.
- Κατά πόσο γνωρίζει το κοινό τις Κοινωνικές Δράσεις της AB.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- ❖ Συγκέντρωση πρωτογενών στοιχείων με τη χρήση ερωτηματολογίου
- ❖ Κλειστού αλλά και ανοιχτού τύπου ερωτήσεις

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

❖ ΦΥΛΟ:

69 Γυναίκες

50 Άνδρες

❖ ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ:

42 άτομα Πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ

38 άτομα Σχολή/ΙΕΚ

31 άτομα Απόφοιτοι Λυκείου

❖ ΗΛΙΚΙΑ:

84 άτομα έως 25 ετών

25 άτομα από 25-34
ετών

❖ ΕΙΣΟΔΗΜΑ:

94 άτομα έως 800€

4 άτομα από 1501 έως 3000€

Η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ



Γνωρίζουν την ΑΒ • 104 άτομα

Αγοράζουν
προϊόντα από την
ΑΒ

- Μόνο 19 άτομα δεν αγοράζουν ή αγοράζουν σε μικρή ποσότητα

Συχνότητα αγοράς
από την ΑΒ

- οι υποψήφιοι πελάτες αγοράζουν από τον ΑΒ μία φορά την εβδομάδα ή μία φορά στις 15

ΚΑΤΑ ΠΟΣΟ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΕΧΕΙ ΕΠΗΡΕΑΣΕΙ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΗΝ ΑΒ

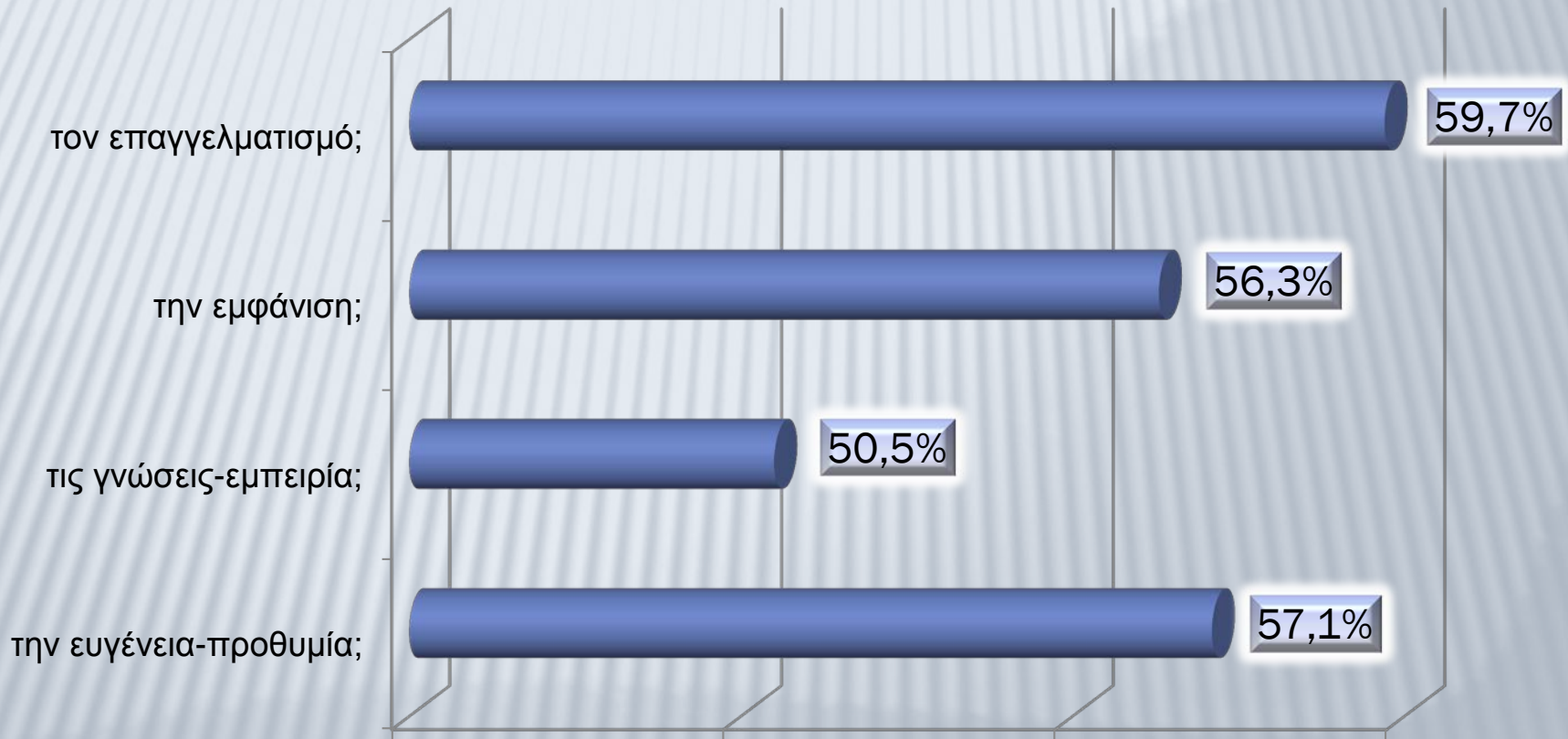
- 45 από τους ερωτηθέντες δεν έχουν επηρεαστεί ιδιαίτερα από την οικονομική κρίση στις αγορές τους στον ΑΒ.
- 57 από τους ερωτηθέντες αγοράζει σε μεγαλύτερο βαθμό προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας λόγω της οικονομικής κρίσης.

ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΒ

- 58 από τους ερωτηθέντες δεν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για αγορές.
- 99 άτομα από τα 119 δεν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για την αγορά προϊόντων από τον ΑΒ.

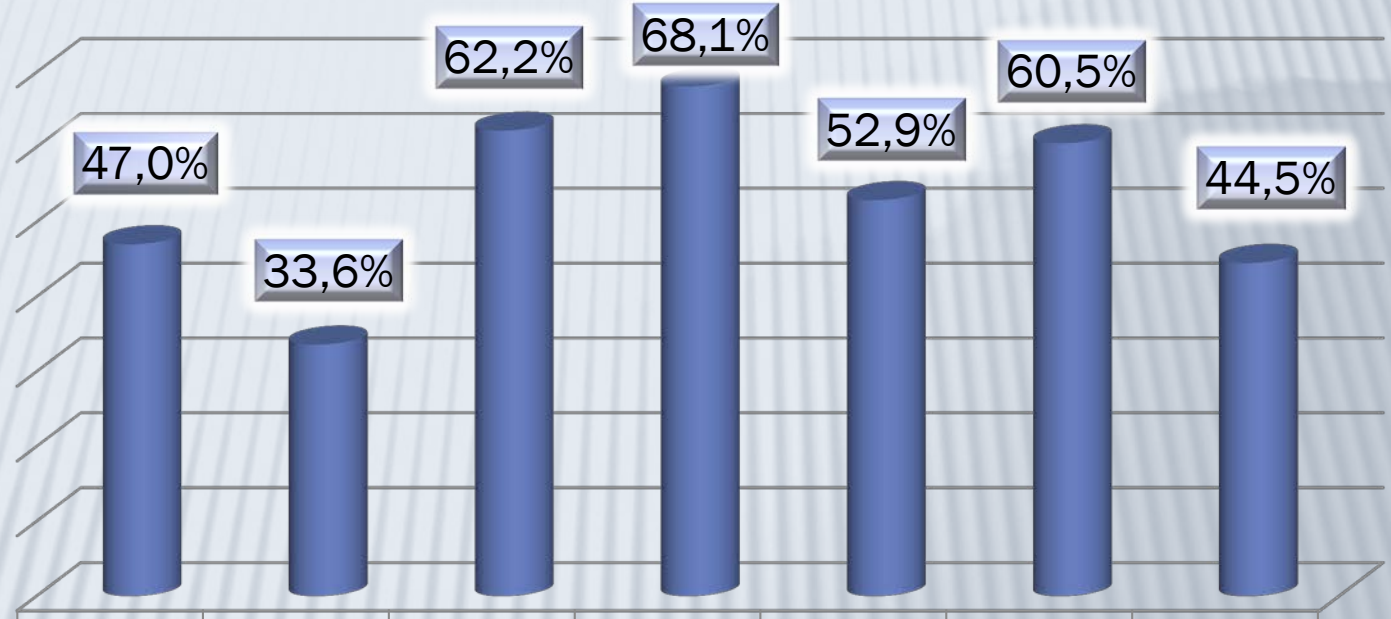
ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΌ ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από:



ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από:



ΤΙΣ ταχύτητες εξυπηρέτησης;

Την αμεσότητα ικανοποίησης παραπόνων;

Τον τρόπο πληρωμής;

Την προσβασιμότητα στα καταστήματα;

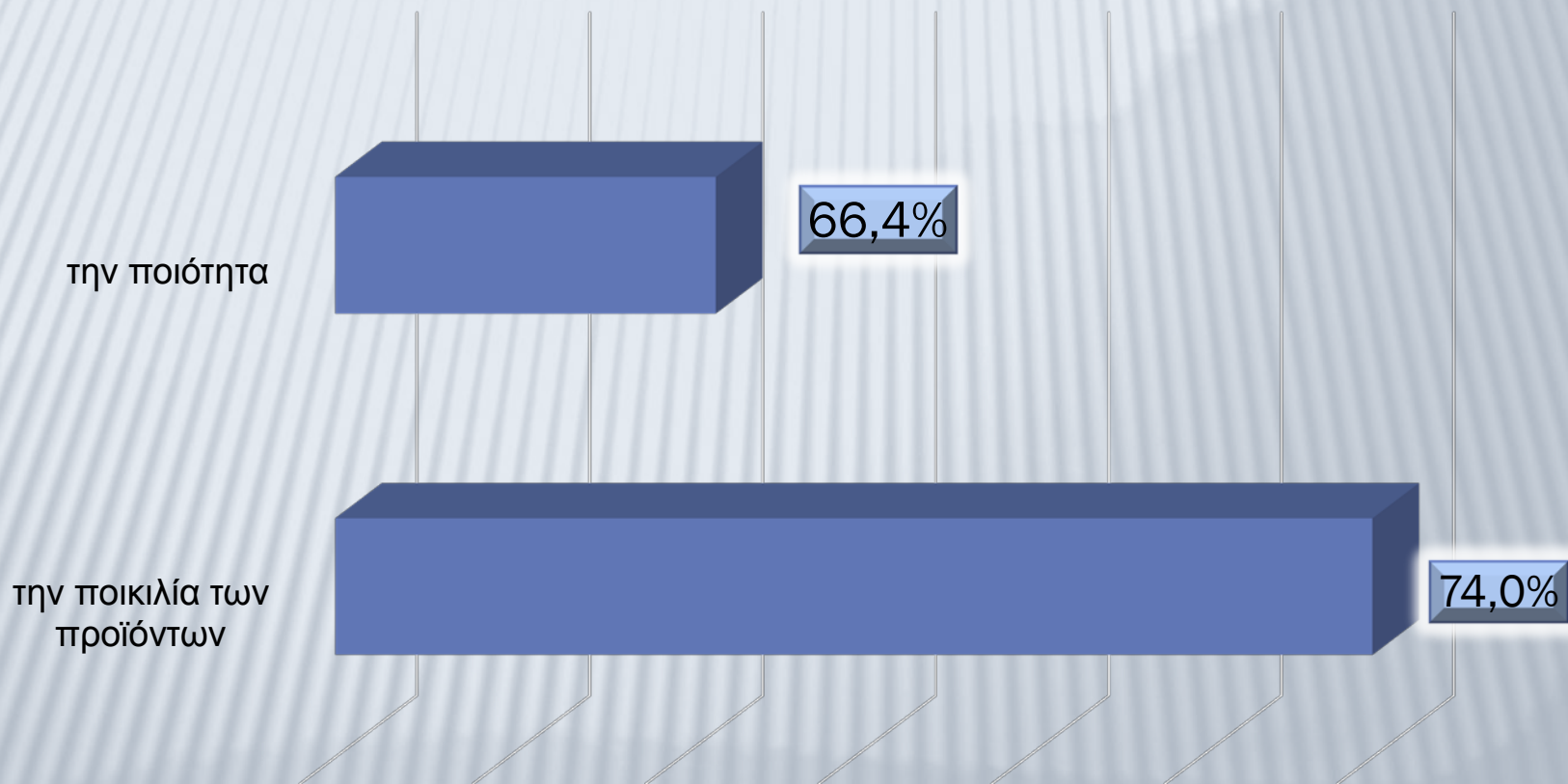
Τον χώρο στάθμευσης;

Την διαρρύθμιση του χώρου;

Αριθμός ανοιχτών ταμείων;

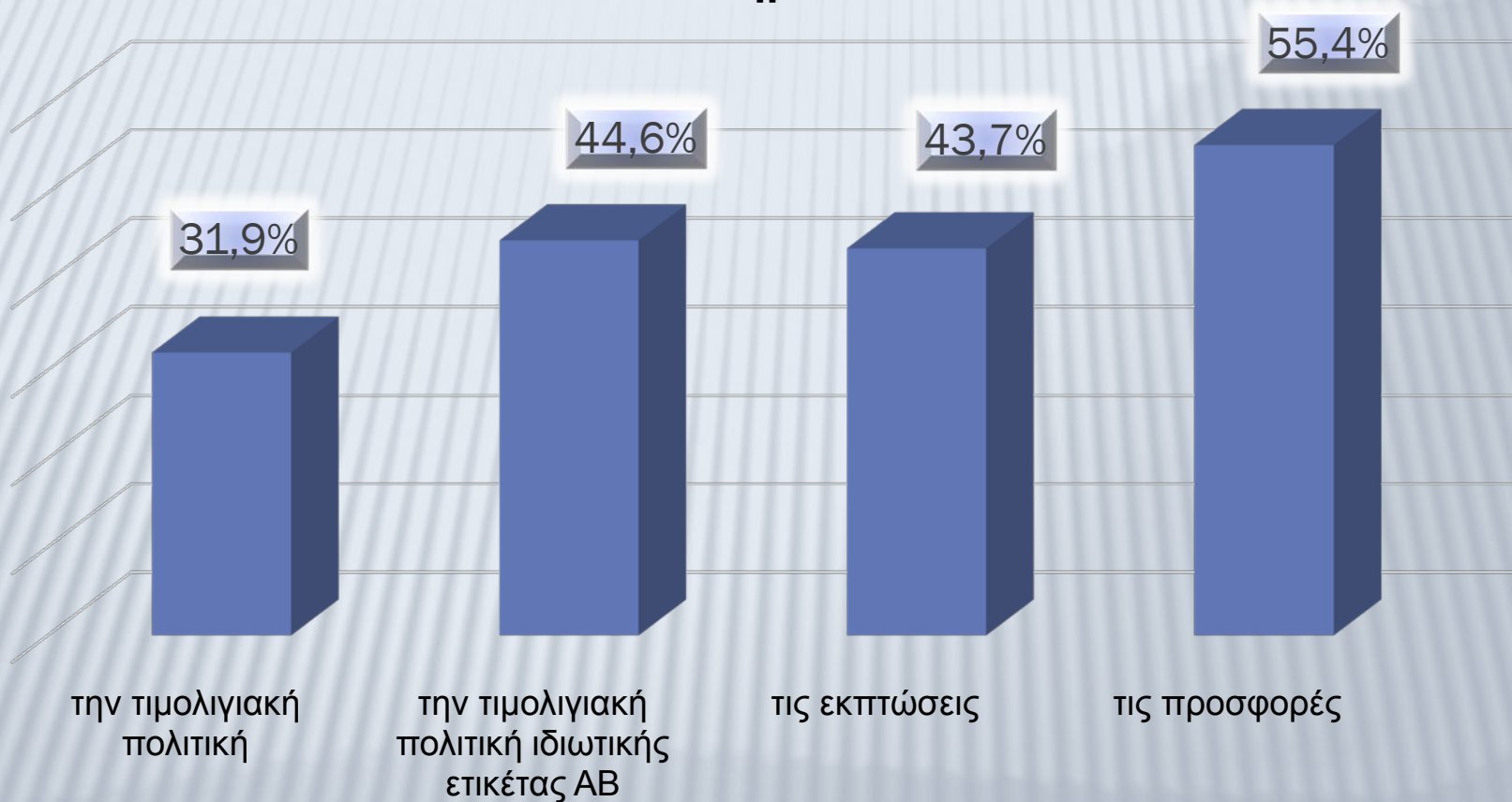
ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από :



ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΙΜΟΛΟΓΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΑΒ

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από:



ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ



- η πλειοψηφία των πελατών δεν γνωρίζει τις κοινωνικές δράσεις της AB (77 άτομα)
- Το 48,7 % είναι μέτρια ικανοποιημένο από τις κοινωνικές δράσεις τις AB
- το 47,9 % είναι μέτρια ικανοποιημένο από τις περιβαλλοντικές δράσεις τις AB

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΒ

78 δηλώνουν ότι είναι από μέτρια έως
πολύ ικανοποιημένοι,
ενώ μόνο 5 άτομα είναι πολύ
δυσανεστημένα

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η οικονομική κρίση επηρεάζει ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις. Η ΑΒ Βασιλόπουλος παρόλα αυτά εξακολουθεί να είναι μία από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις στην Ελλάδα.

- Η ΑΒ χρειάζεται να δράσει διαφορετικά για να μπορέσει να γνωστοποιήσει τον αγώνα της για το κοινωνικό σύνολο για ένα καλύτερο μέλλον
- Η διάθεση ενημερωτικού υλικού αλλά και η δυνατότητα για εφαρμογή με tablet της «αποστολής στο σπίτι» για την καλύτερη δυνατή πληροφόρηση των πελατών στους χώρους του Super Market
- Αντίστοιχα για τις τιμές της η ΑΒ είναι σημαντικό να αναθεωρήσει την πολιτική της



ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ!