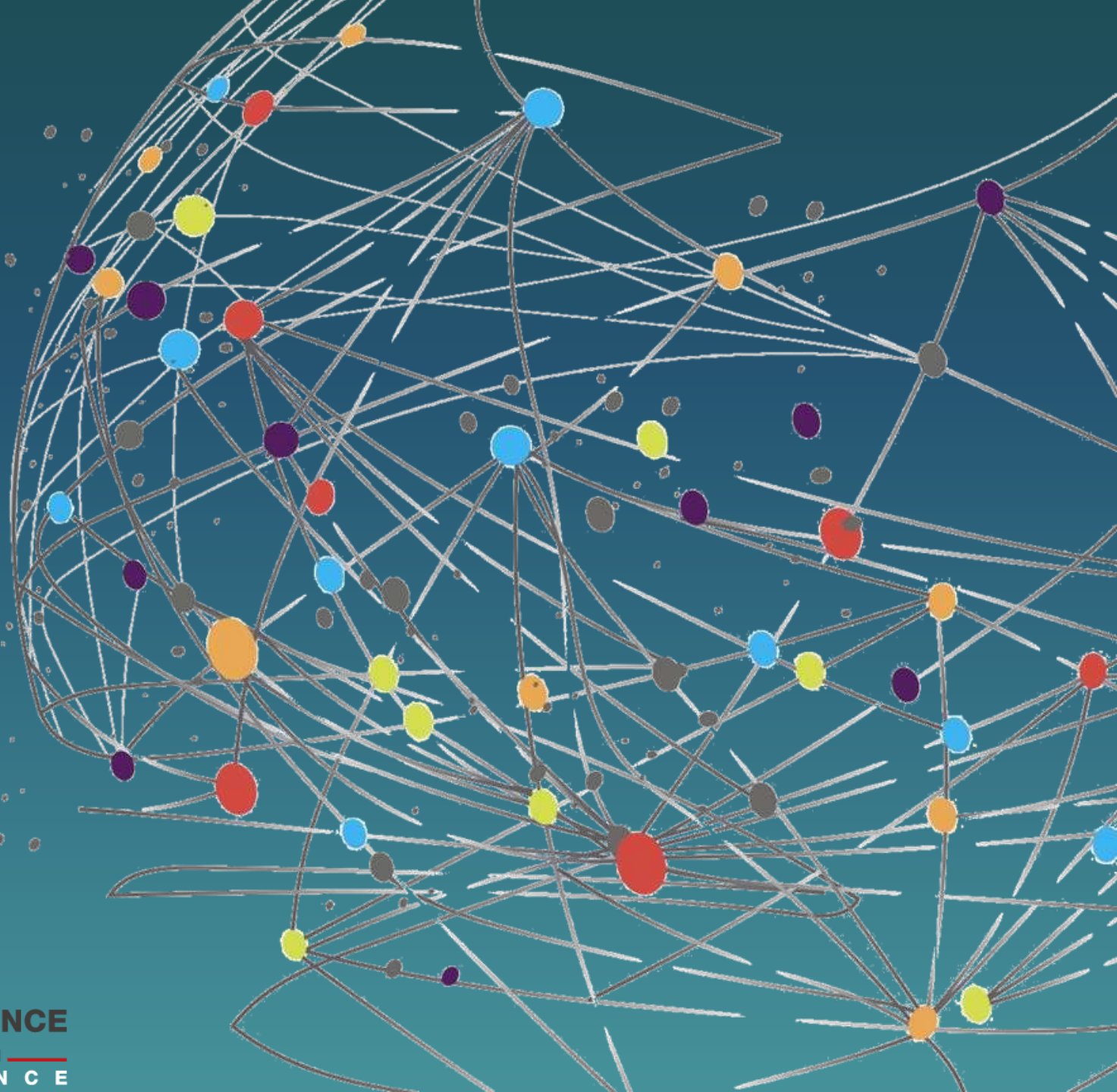


Μικρή λιανική
δεν σημαίνει
«μικρή»
επιχειρηματικότητα

Στέφανος Κομνηνός

Netrino

2nd CONVENIENCE
RETAILING
CONFERENCE



Η μικρή λιανική & ο συναγωνισμός

Στα προϊόντα

Στις Υπηρεσίες

Περίπτερα

Ψιλικά

Μπακάλικ
ο / Μίνι
Μάρκετ

- Οργανωμένο μεγάλο λιανεμπόριο (SM)
- Ειδικά Καταστήματα Τροφίμων:

- Κάβα
- Φούρνοι (& πολυγούρνοι)
- Μανάβικα
- Κρεοπωλεία
- Κυλικεία Σχολείων
- Ταχυφαγεία / horeca
- Άλλα προϊόντα
 - Βενζινάδικα
 - Καταστήματα τεχνολογίας

- Φαρμακεία
- Χαρτοπωλεία
- Ηλεκτρονικό εμπόριο
- Λαθρεμπόριο (τσιγάρων κυρίως)
- Πρακτορεία ΟΠΑΠ
- Ειδικά Σημεία
 - Αυτόματοι πωλητές
 - Ππλοία)
 - Κινηματογράφοι
 - Παιχνιδάδικα
 - κ.α

- Ταχυφαγεία
- Πωλητές δρόμου
- Σημεία διαφήμισης
- Ενέργεια / ηλεκτρικό ρεύμα
- Τηλεφωνικές πωλήσεις
- Delivery
- Τράπεζες
- Καταστήματα κινητής τηλεφωνίας
- Διαχείριση λογαριασμών



Netrino

Η μικρή λιανική μετασχηματίζεται



Τα σημεία παραμένουν πολλά

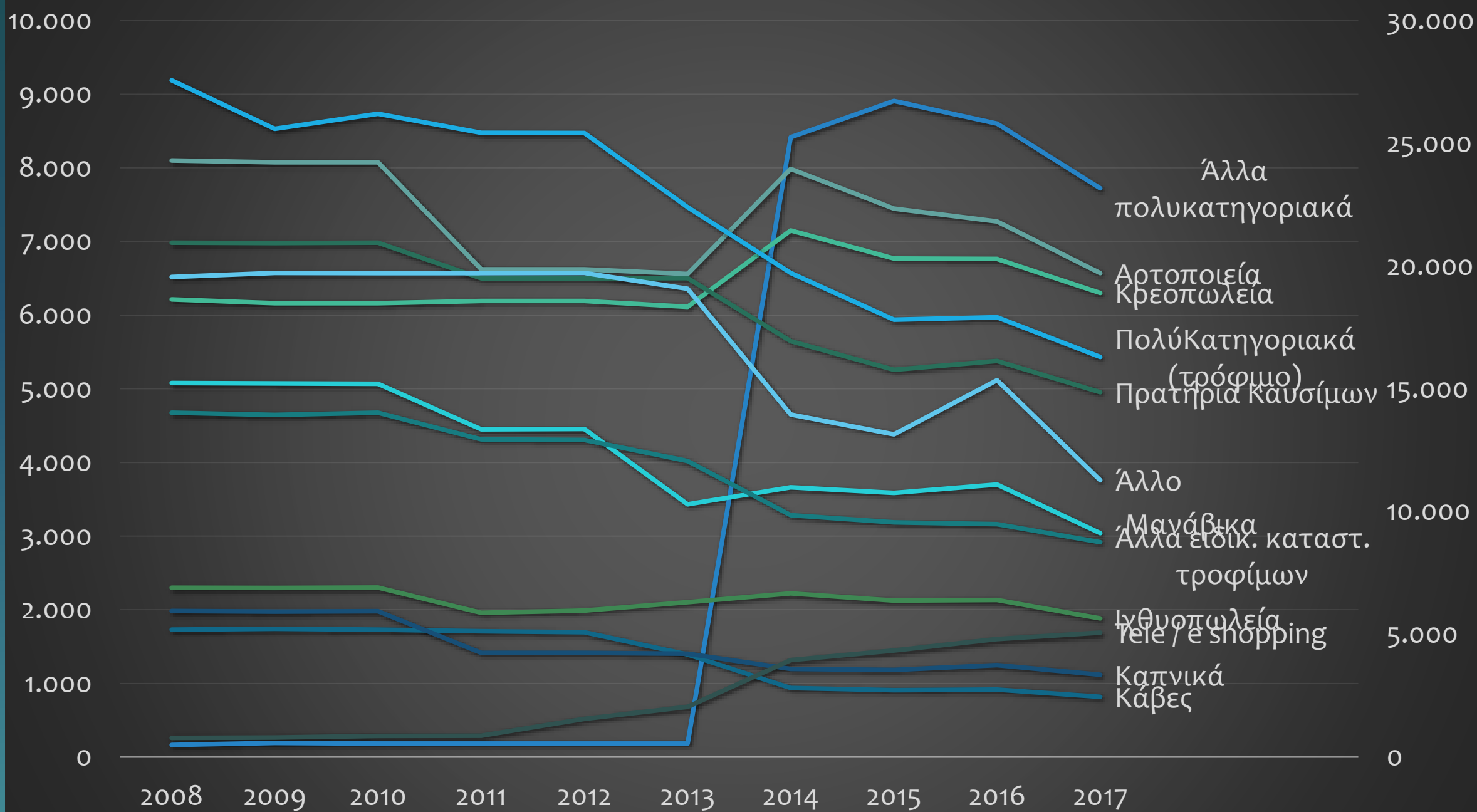
Αρ. φούρνων /
10.000 κατοίκους

Ελλάδα	8,40	Τσεχία	2,82	Ολλανδία	1,51
Πορτογαλία	6,19	Σλοβακία	2,39	Λιθουανία	1,48
Γαλλία	6,14	Ισπανία	2,20	Νορβηγία	1,33
Ιταλία	6,00	Ρουμανία	2,20	Φιλανδία	1,31
Κύπρος	5,02	Ουγγαρία	2,16	Λετονία	1,25
Βουλγαρία	3,74	Αυστρία	2,04	Εσθονία	0,86
Κροατία	3,68	Γερμανία	1,84	Ιρλανδία	0,38
Βέλγιο	3,62	Πολωνία	1,67	Ηνωμένο Βασίλειο	0,37
Σλοβενία	2,83	Σουηδία	1,53		

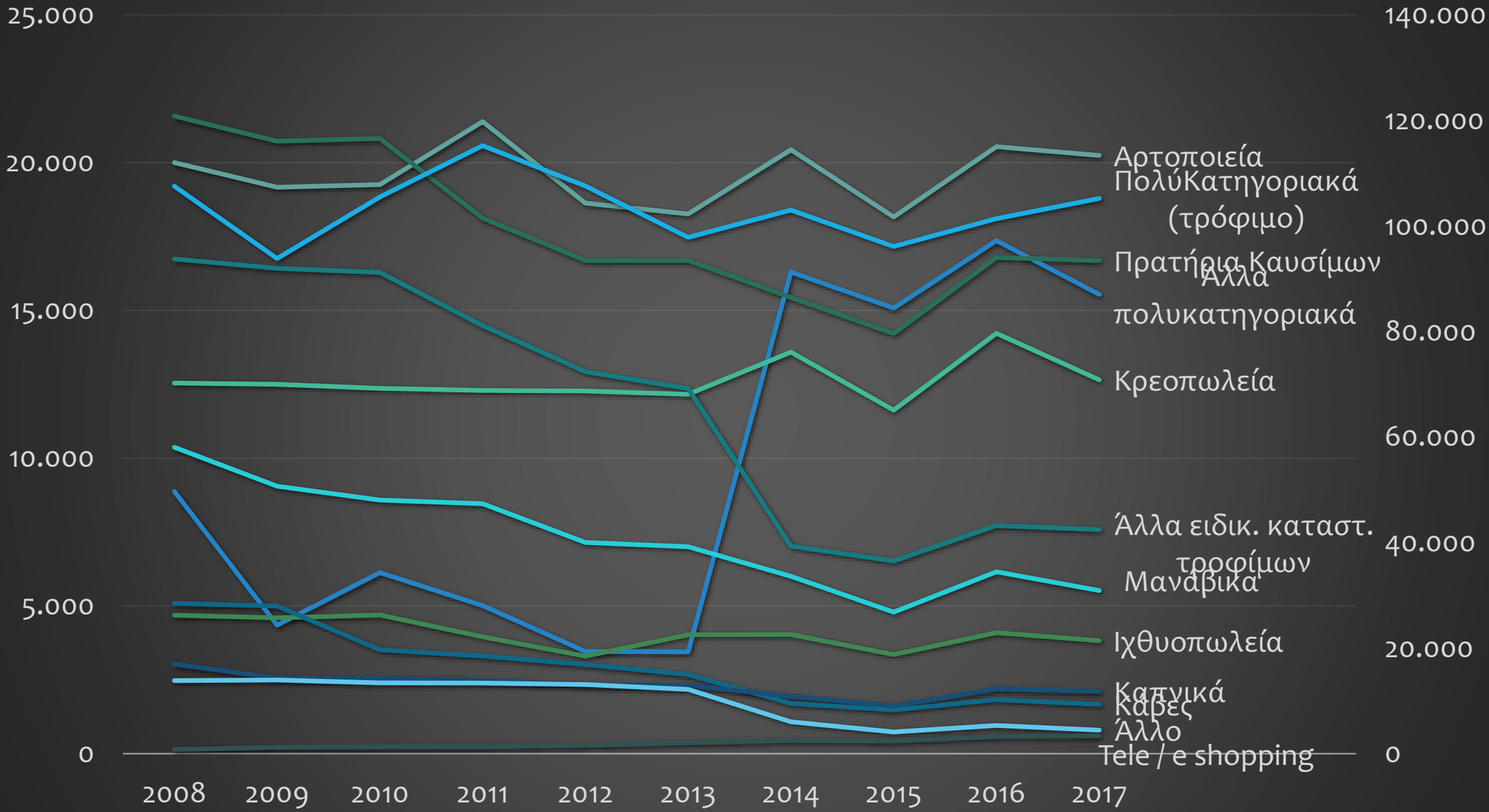
Αγορά (2017)

Κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας	Επιχειρήσεις		Μέση ετήσια απασχόληση		Κύκλος εργασιών (χωρίς ΦΠΑ)		Ακαθάριστο περιθώριο κέρδους		Κύκλος Εργασιών / Σημείο	
	Αριθμός	%	Εργαζόμενοι	%	€	%	€	%	€	%
ΠολύΚατηγοριακά (τρόφιμο)	16.295	31%	105.246	58%	13.644.319	69%	2.163.975	78%	837	35%
Άλλα πολυκατηγοριακά	7.722	15%	15.545	9%	2.519.196	13%	84.030	3%	326	14%
Μανάβικα	3.040	6%	5.521	3%	365.670	2%	53.037	2%	120	5%
Κρεοπωλεία	6.302	12%	12.655	7%	1.085.593	6%	148.911	5%	172	7%
Ιχθυοπωλεία	1.882	4%	3.820	2%	195.931	1%	32.363	1%	104	4%
Αρτοποιεία	6.570	13%	20.247	11%	573.134	3%	119.283	4%	87	4%
Κάβες	818	2%	1.666	1%	146.576	1%	15.041	1%	179	7%
Καπνικά	1.117	2%	2.103	1%	220.126	1%	-782	0%	197	8%
Άλλα ειδικ. καταστ. τροφίμων	2.916	6%	7.582	4%	433.217	2%	80.236	3%	149	6%
Tele / e shopping	1.690	3%	3.358	2%	332.012	2%	66.927	2%	196	8%
Άλλο	3.759	7%	4.456	2%	143.598	1%	21.907	1%	38	2%

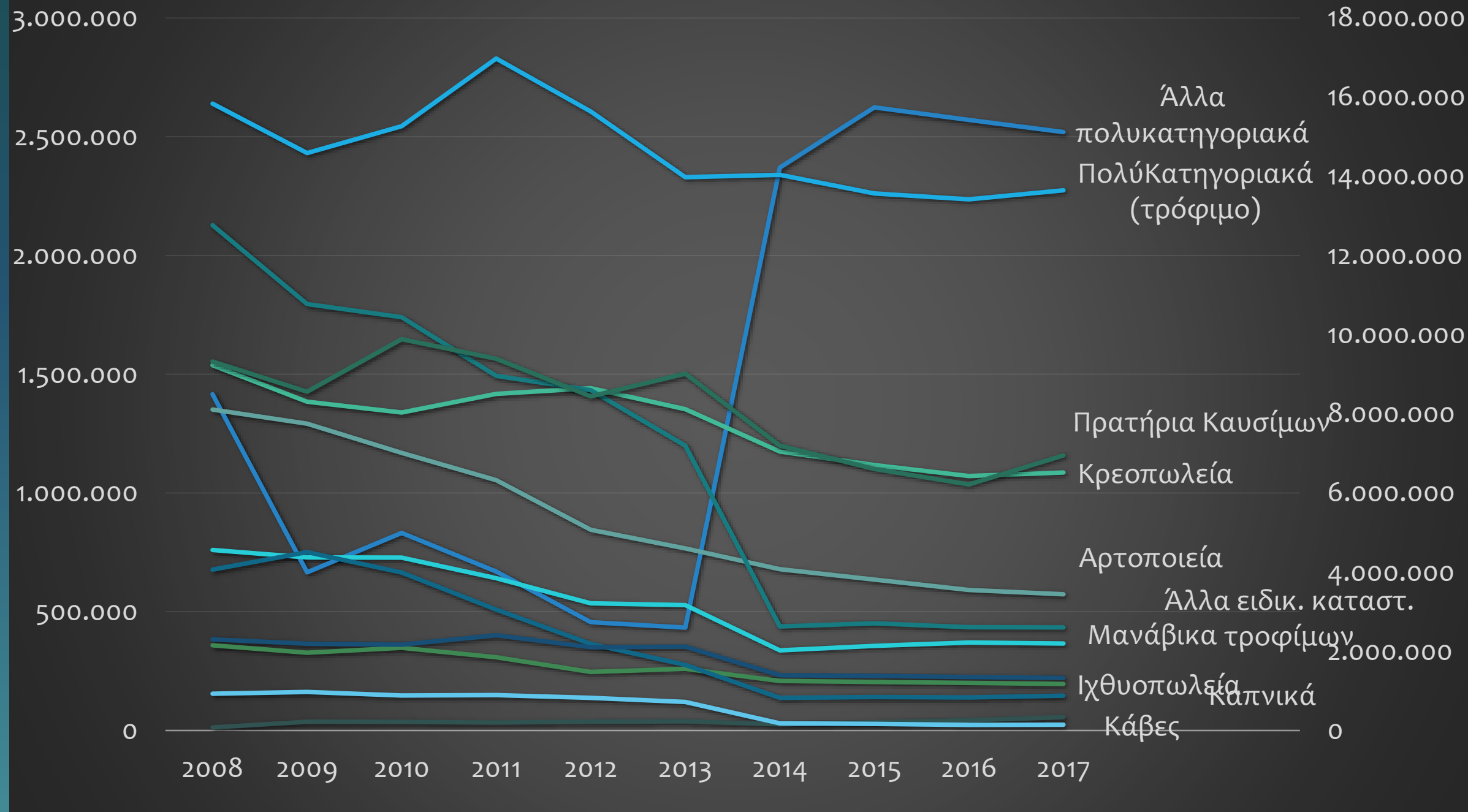
Αριθμός Επιχειρήσεων



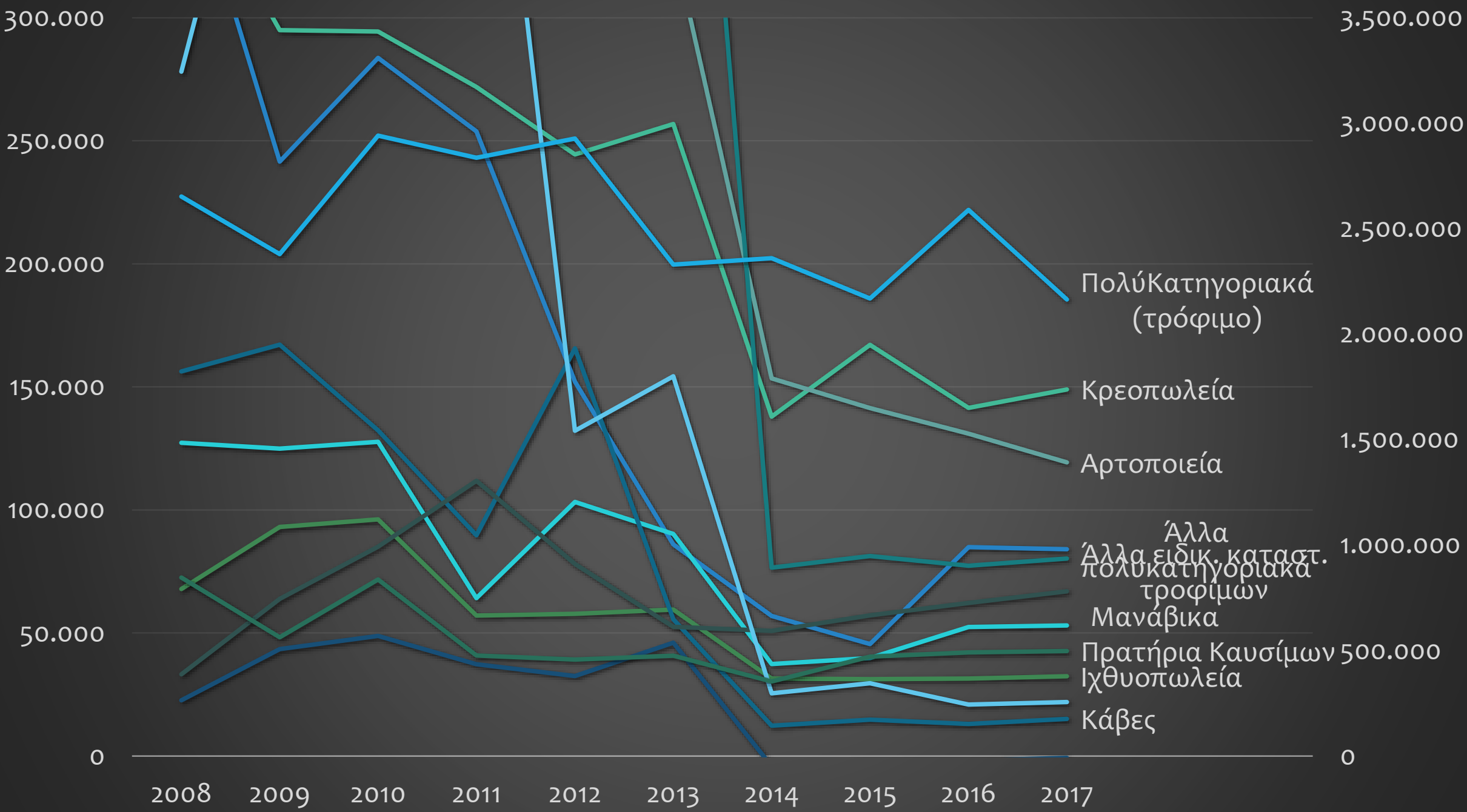
Απασχόληση



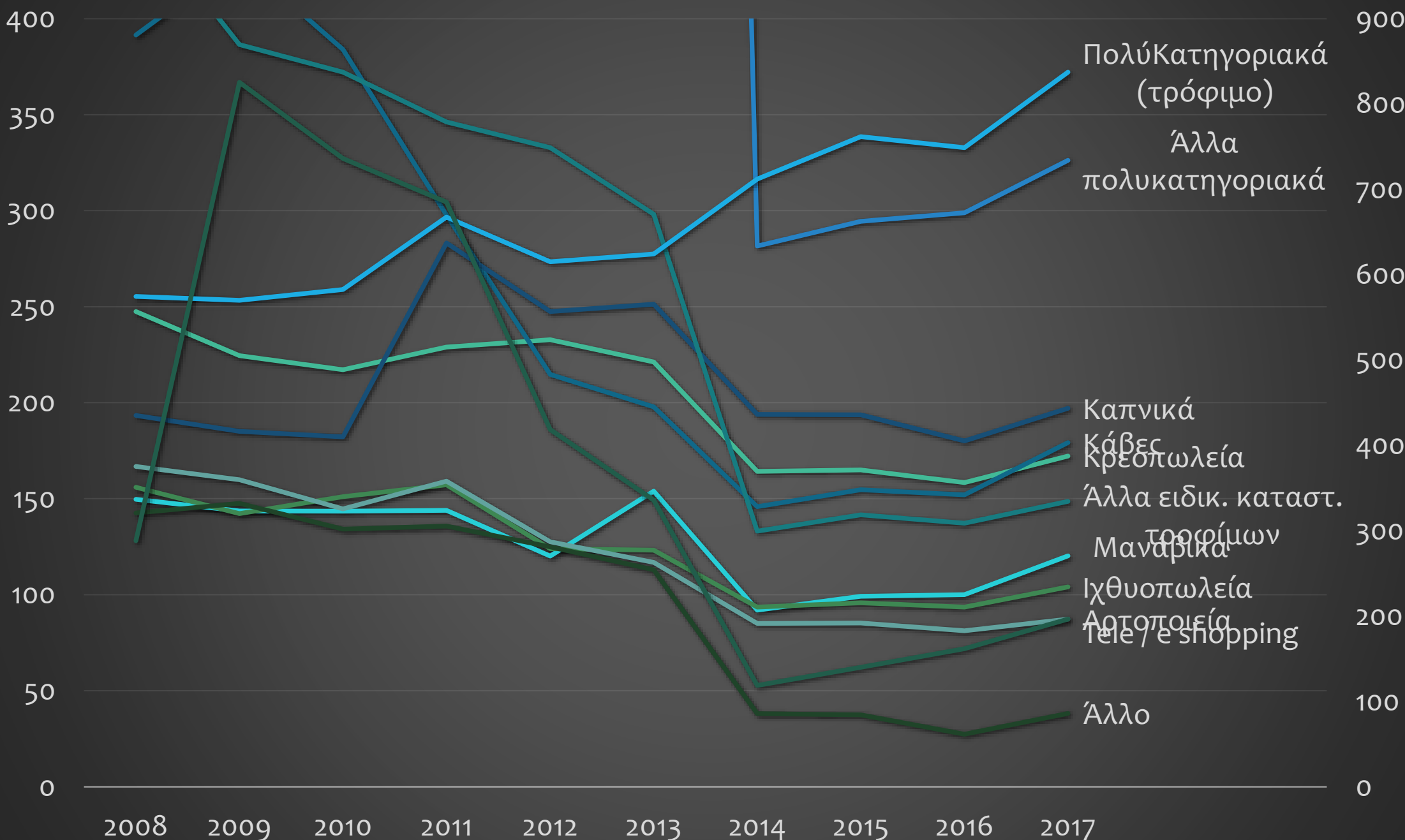
Κύκλος Εργασιών



Ακαθάριστη Κερδοφορία



Κύκλος Εργασιών / Σημείο



Ιδιοκτήτης πολύ μικρής Επιχείρησης

Αρκετοί επιχειρηματίες γνωρίζουν πως να οργανώνουν τη δουλειά τους αποτελεσματικά.

Οι περισσότεροι, δεν έχουν ποτέ διδαχτεί πως να σχεδιάζουν τη μελλοντική ανάπτυξη ή πως να διαχειρίζονται δύσκολες και απρόβλεπτες συνθήκες.

Το πρόβλημα εμφανίζεται «ακίνδυνο» όταν καταφέρνει να επιβιώνει.

Όταν οι πωλήσεις αρχίζουν να μειώνονται και τα κέρδη να μετατρέπονται σε ζημιές, τότε:

- Δυσκολεύεται να παραδεχτεί ότι φέρει ο ίδιος ευθύνη για την άσχημη κατάσταση και ρίχνει την ευθύνη σε όλους τους άλλους - κυρίως τράπεζες και κράτος.
- Νιώθει ότι μόνο εκείνος μπορεί να δώσει λύση στα προβλήματα του ή- στην πραγματικότητα φοβάται να κοινοποιήσει τη δυσκολία του για να μην μαθευτεί στην αγορά ή θεωρεί υποτιμητικό να ζητήσει βοήθεια.

EARLY
WARNING
EUROPE



7
Ευρωπαϊκές χώρες

15
εταίροι

Χώρα	Αρ. επιχ.
Ελλάδα	1.069
Πολωνία	895
Ισπανία	868
Ιταλία	673
Σύνολο	3.505

Προϋπολογισμός

4.794.266 €

ο μεγαλύτερος που έχει εγκριθεί για
μία πρόταση από το πρόγραμμα
COSME

EARLY WARNING EUROPE

Προβλήματα	Ποσοστό
Μάρκετινγκ και προώθηση	26,80%
Κακό επιχειρηματικό μοντέλο	22,00%
Μη διαχειρίσιμα χρέη	19,22%
Ανάμιξη προσωπικών και επιχειρηματικών υποθέσεων	7,71%
Κακή οικονομική διαχείριση / προβλήματα με Εφορία / Ασφαλιστικά Ταμεία	6,57%
Έλλειψη οργανωτικής δομής, κατανομής καθηκόντων και διαχείριση του χρόνου	6,45%
Προσωπικά προβλήματα του /της επιχειρηματία	3,79%
Συρρίκνωση του τομέα δραστηριότητας	2,53%
Έλλειψη εμπειρίας στον τομέα δραστηριότητας	2,53%
Διαδοχή επιχειρήσεων	2,40%



Ο επιχειρηματίας της μικρής λιανικής

Θεωρεί πως δεν χρειάζεται υποστήριξη - εξαίρεση οι νέοι (και σπουδαγμένοι) και οι πιο έμπειροι και εξωστρεφείς επιχειρηματίες.

Ευθύνη φέρουν και οι ίδιοι οι υποψήφιοι συνεργάτες τους:

- δεν έχουν πραγματική εμπειρία από τη λειτουργία μιας επιχείρησης και της αγοράς
- δεν αντιλαμβάνονται ότι απαιτείται ολιστική ερμηνεία και διαχείριση: χρηματοοικονομικά, αδειοδοτικά, εργασιακά, πωλήσεις κλπ.
- δεν διαθέτουν την απαραίτητη τεχνογνωσία και εργαλεία για να τον προσεγγίσουν.

Αποδεκτός γίνεσαι, μόνο όταν εμπνέεις εμπιστοσύνη και ψυχολογική ασφάλεια.

Ναι ή όχι στο franchise;

Βασικά Οικονομικά Στοιχεία

- Entry Fee
- Κόστος Υποδομών
- Άλλα κόστη
- Ποσοστά Κερδοφορίας
- Τζίρος Νεκρού Σημείου

Οφέλη / Δικαιώματα Franchisee

- Brand
- Υπηρεσίες
- Πρόσθετες Υπηρεσίες
 - Υλοποίηση/ υποστήριξη
- Πλατφόρμας / e-order delivery

πώλησης, εντός του δικτύου

Υποχρεώσεις Franchisee

- Δέσμευση για Συνεργασίες με Προμηθευτές
- Συνεργασίες με υφιστάμενους / νέους προμηθευτές
- Στόχοι Τζίρου
















Χρηματοδοτικά Εργαλεία

- Τριτεγγύηση
- Δανεισμός
- Πίστωση έναντι Παροχών

Νέος ή Υφιστάμενος επιχειρηματίας;

	Νέος επιχειρηματίας	Υφιστάμενος Επιχειρηματίας
Ποσό προς επένδυση	Διαθέτει έτοιμο ποσό προς επένδυση	Συνήθως δεν διαθέτει το σύνολο του ποσού – μπορεί όμως να το συλλέξει ή παράξει.
Πίεση Χρόνου	Ανάγκη για άμεση συνεργασία ώστε να μην «αργεί» το κεφάλαιο.	Δεν υπάρχει συνήθως μεγάλη πίεση αφού η υφιστάμενη επιχείρηση «τρέχει»
Διαθέσιμος Χρόνος	Αρκετός δεδομένου ότι ο υποψήφιος συνήθως δεν εργάζεται	Ελάχιστος διαθέσιμος χρόνος αφού εργάζεται ήδη (σε εκτεταμένο ωράριο)
Επικοινωνία	Μπορεί να οργανωθεί καλύτερα σε ελεγχόμενο χώρο .	Οι πρώτες συναντήσεις γίνονται στο σημείο με πολλές δυσκολίες. Τεράστια σημασία έχει η προσωπική σχέση με τον «προωθητή» της ιδέας.
Παρουσίαση - Ερωτήματα	Το επιχειρηματικό πλάνο αντιμετωπίζεται σε γενικό επίπεδο.	Τα ερωτήματα είναι πολύ συγκεκριμένα / εξειδικευμένα και απαιτούν ειδικές γνώσεις.

Περιπτώσεις Επιχειρηματιών

Επάρκεια Επιχ/τητας	Οικονομική Άνεση	Θέληση για Συνεργασία	Αποτέλεσμα
			Δύσκολα πείθονται για την υπεραξία που μπορεί να φέρει η συνεργασία.
			Πείθονται με δυσκολία να προχωρήσουν στη συνεργασία. Χρειάζονται μικρή οικονομική υποστήριξη και διαχειριστική υποστήριξη.
			Θέλουν πολύ τη συνεργασία, επειδή βλέπουν μέλλον στο νέο μοντέλο. Δεν έχουν χρήματα / χρωστούν Δεν έχουν οργανωτική επάρκεια.
			Θέλουν πολύ τη συνεργασία κυρίως από φόβο για την υφιστάμενη κατάσταση. Δεν μπορούν όμως να υποστηρίξουν τη συνεργασία.
			Αδυνατούν να δουν το μέλλον.

Υφιστάμενοι επιχειρηματίες: Μεγάλη & απρόβλεπτη διάρκεια...

Επικοινωνίας

- N** Οι διαχειριστές των σημείων είναι απασχολημένοι με την πώληση, τις παραγγελίες / παραλαβές και αγορές.
- N** Σε αρκετές περιπτώσεις υπάρχουν συνέταιροι που πρέπει να ερωτηθούν ανεξάρτητα ή ομαδικά. Συχνά οι συγγενείς συμμετέχουν στην απόφαση.

Επώασης / Ωρίμανσης Ιδέας

- N** Απαιτείται αλλαγή του τρόπου επιχειρηματικής σκέψης: η προσθήκη νέων κατηγοριών / υπηρεσιών σε ένα υφιστάμενο μοντέλο λειτουργίας
- N** Έχουν «μεγαλώσει» με τη λογική της «δικής» τους επιχείρησης –περήφανοι για το κατάστημα τους. Η μετατροπή σε franchise τους φοβίζει ότι θα χάσουν την αυτοτέλεια τους.
- N** Έχουν μάθει να δίνουν έμφαση στις προσωπικές σχέσεις εμπιστοσύνης – αυτό συνήθως απαιτεί χρόνο για να κτιστεί.

Ειδικότερα ερωτήματα ...

- N Τι θα συμβεί με υφιστάμενες ειδικές κατηγορίες προϊόντων που ήδη πουλά ή απαιτούν οι πελάτες
- N Φορολογική συμπεριφορά: τι θα αλλάξει στην καταχώριση των πωλήσεων
- N Γιατί να ενταχθώ σε ένα δίκτυο;
- N Πόσο θα μου κοστίσει η επένδυση;
- N Ποιο είναι το ωράριο λειτουργίας των καταστημάτων;
- N Χρονικό διάστημα για τη μετατροπή του καταστήματός;

Τα στοιχεία της μικρής λιανικής

N Καθαριότητα & Προστασία προϊόντων

N Αισθητική (εσωτερική & εξωτερική)

N Τιμές

N Στρατηγική Προσφορών

N Υποδομή & Εξοπλισμός

N Αποτελεσματικότερη Ποικιλία

N Διαφοροποίηση / Εξειδίκευση

N Νέες Υπηρεσίες

N Delivery

N Στροφή σε διαιτητικά / ενεργειακά προϊόντα
Μπάρες

N Αύξηση κωδικολόγιου σε νωπά:
Παραδοσιακά γαλακτοκομικά: τυριά,
γιαούρτι κλπ
Μαναβική

N «Ιδιωτική Ετικέτα»

N Έμφαση σε ειδικές κατηγορίες:
Κάβα: ειδικές μπύρες, κρασί, τσίπουρο,
ούζο
Παιχνιδάδικο
Καπνοπωλείο (πούρα)
Χύμα όσπρια / ρύζια

Τελικά:

- N Έμφαση στο κτίσιμο σχέσης εμπιστοσύνης και στα επιχειρήματα που θα καλύπτουν τις δικές τους ειδικότερες ανάγκες.
- N Περαιτέρω αναβάθμιση των εργαλείων επικοινωνίας με τη χρήση.
- N Εκπαιδευμένοι «προωθητές» της ιδέας με μεγάλη ικανότητα ενεργητικής ακρόασης!

Netrino

ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΥΜΕ

ΛΥΣΕΙΣ

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΗΓΕΤΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

MISSION

ΕΝΑ ΚΥΝΗΓΙ
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ
ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
ΓΙΑ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΚΑΙ
ΔΙΟΡΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

GOALS

ΔΟΜΩΝΤΑΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΑ ΤΟ
ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑ
ΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

VISION

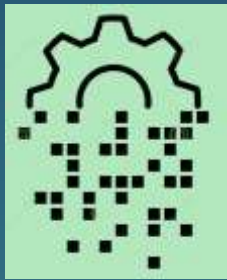
ΔΙΑΤΗΡΟΥΜΑΣΤΕ
ΜΠΡΟΣΤΑ ΑΠΟ ΤΟ
ΣΗΜΕΙΟ ΚΑΜΠΗΣ



Πυλώνες



ΑΛΥΣΙΔΑ ΑΞΙΑΣ



ΨΗΦΙΑΚΟΣ
ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ



ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ
ANALYTICS &
ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΑ



ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟ



ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ
& ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ

Οικοσύστημα

ΕΠΙ3

ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΠΟΛΥΜΟΡΦΙΚΩΝ
ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΩΝ
ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ

Netrino

ΕΣΒΕΠ
ΙΕΛΚΑ
ΙΙΠΕ
ECR
ΚΛΑΔΙΚΟΙ
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΙ
ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ

ACADEMIA RESEARCH IOT
FUNDINGTOOLS
CYPRUS
UNIVERSITY OF
THESSALY
INTER
MEDIATION
resolve
CERTIFICATION
IBNELLAS
BUSINESS
ETHICS
eben
CSR

ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟ
ΔΙΚΤΥΟ

GREEK CUISINE
12GODS

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ
ΑΝΑΔΟΧΗ

Netrino Omni Advisory | 2020

Γιατί η μικρή λιανική
μπορεί να γίνει η μεγάλη
επιχειρηματική ιδέα

Ευχαριστώ

Στέφανος Κομνηνός