

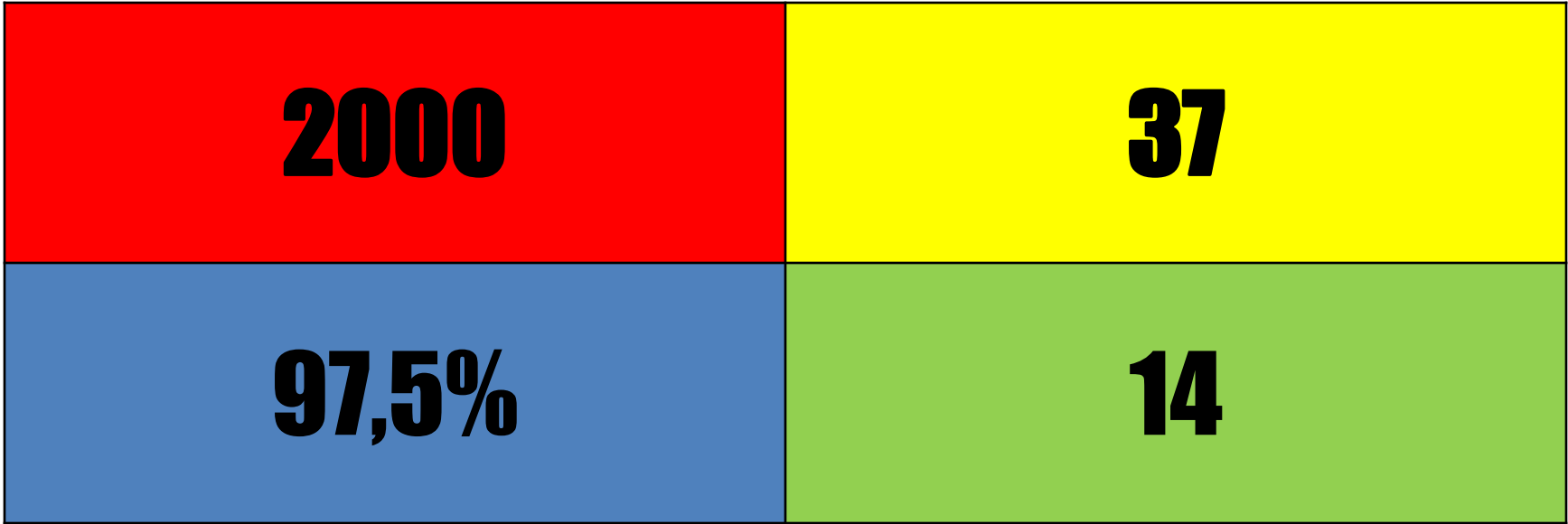


# ΤΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΚΥΡΙΑΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

**Κ. Μαχαίρας, Πρόεδρος ΙΕΛΚΑ**


**Δρ. Λ. Κιοσές, Γεν. Διευθυντής ΙΕΛΚΑ**

**Καθ. Γ. Δουκίδης, Επιστ. Σύμβουλος ΙΕΛΚΑ**



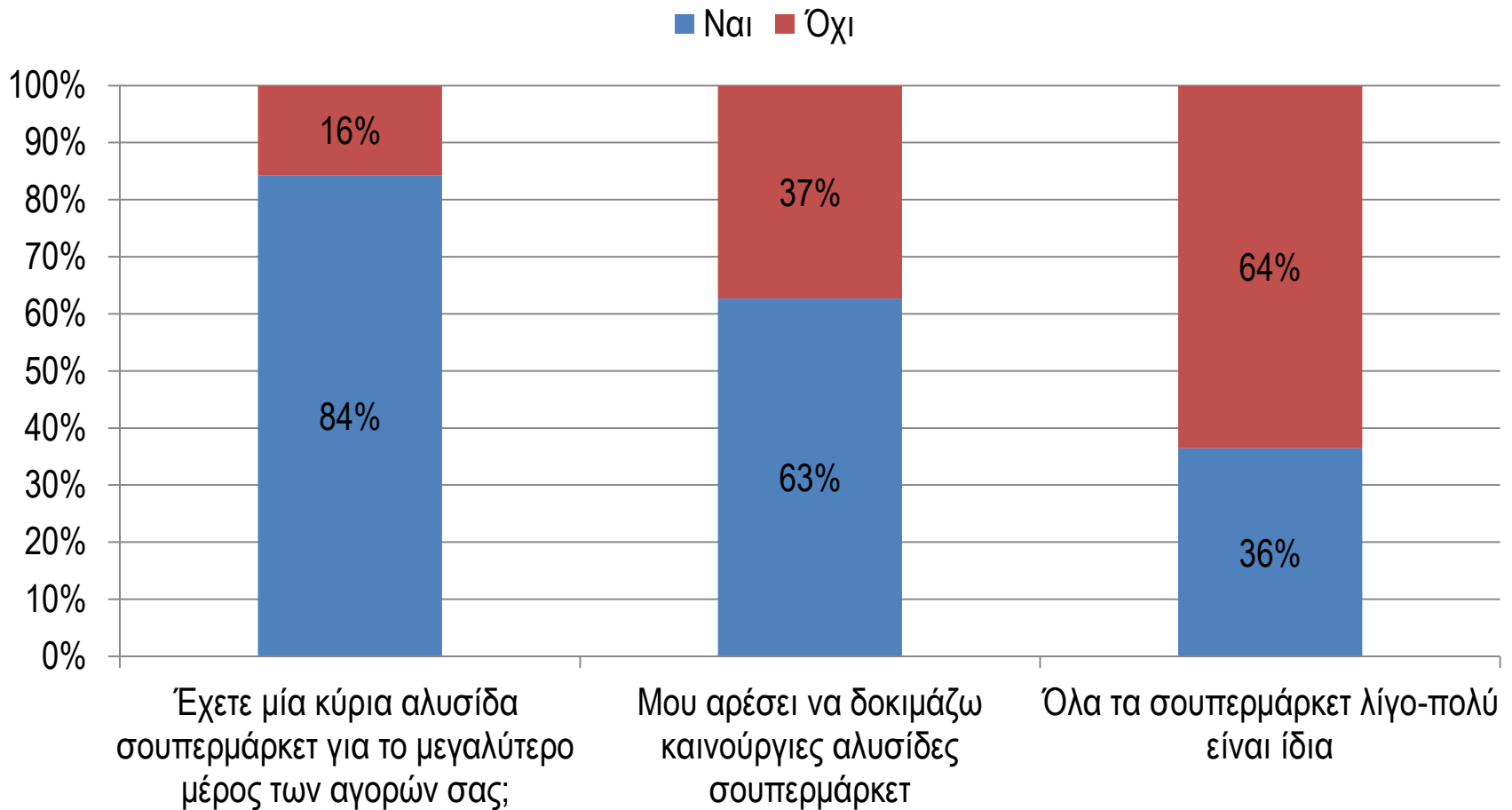
**2000**

**34,4%** 

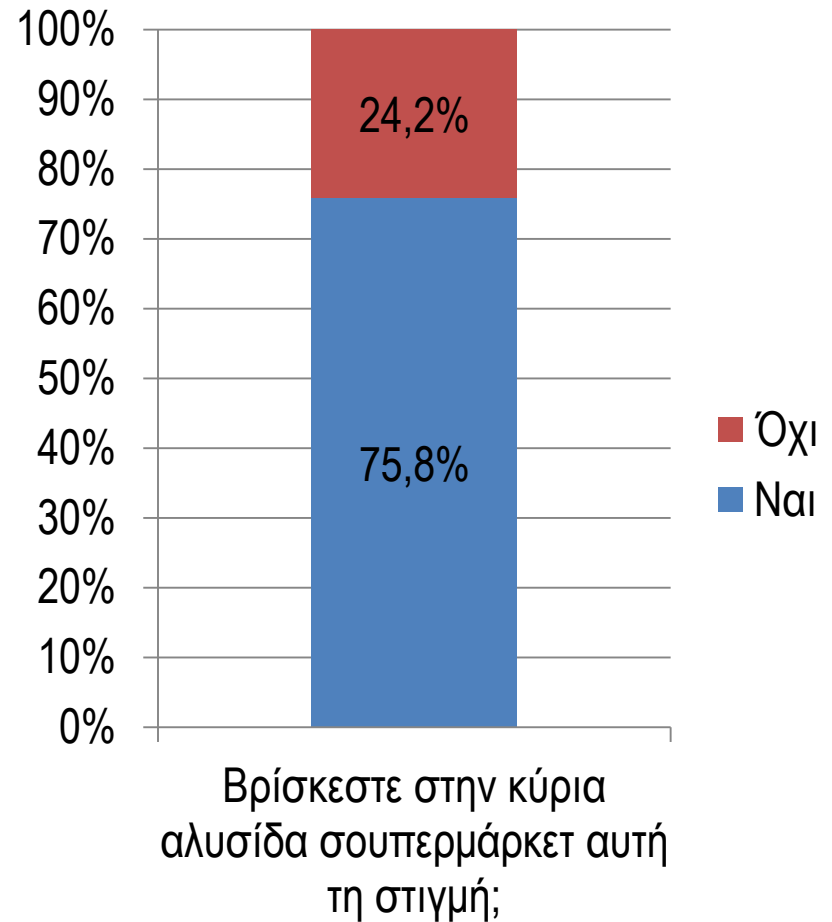
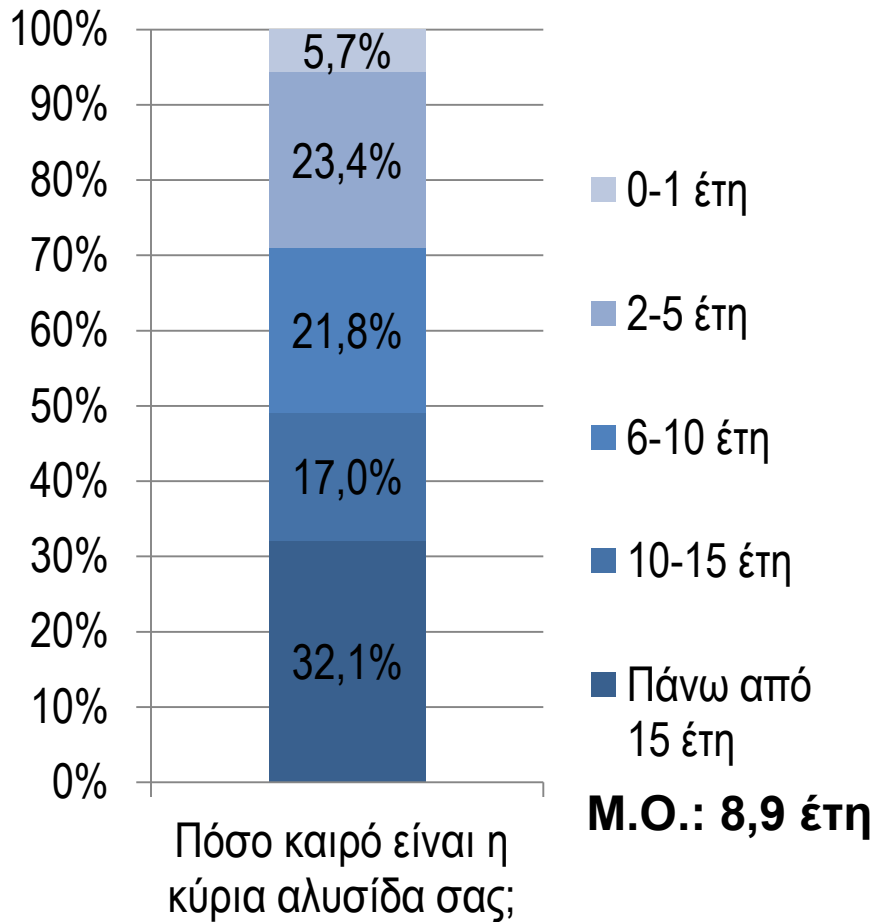
**65,6%** 

**2,4**

# ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΜΕ ΚΥΡΙΑ ΑΛΥΣΙΔΑ... ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΤΑΣΗ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

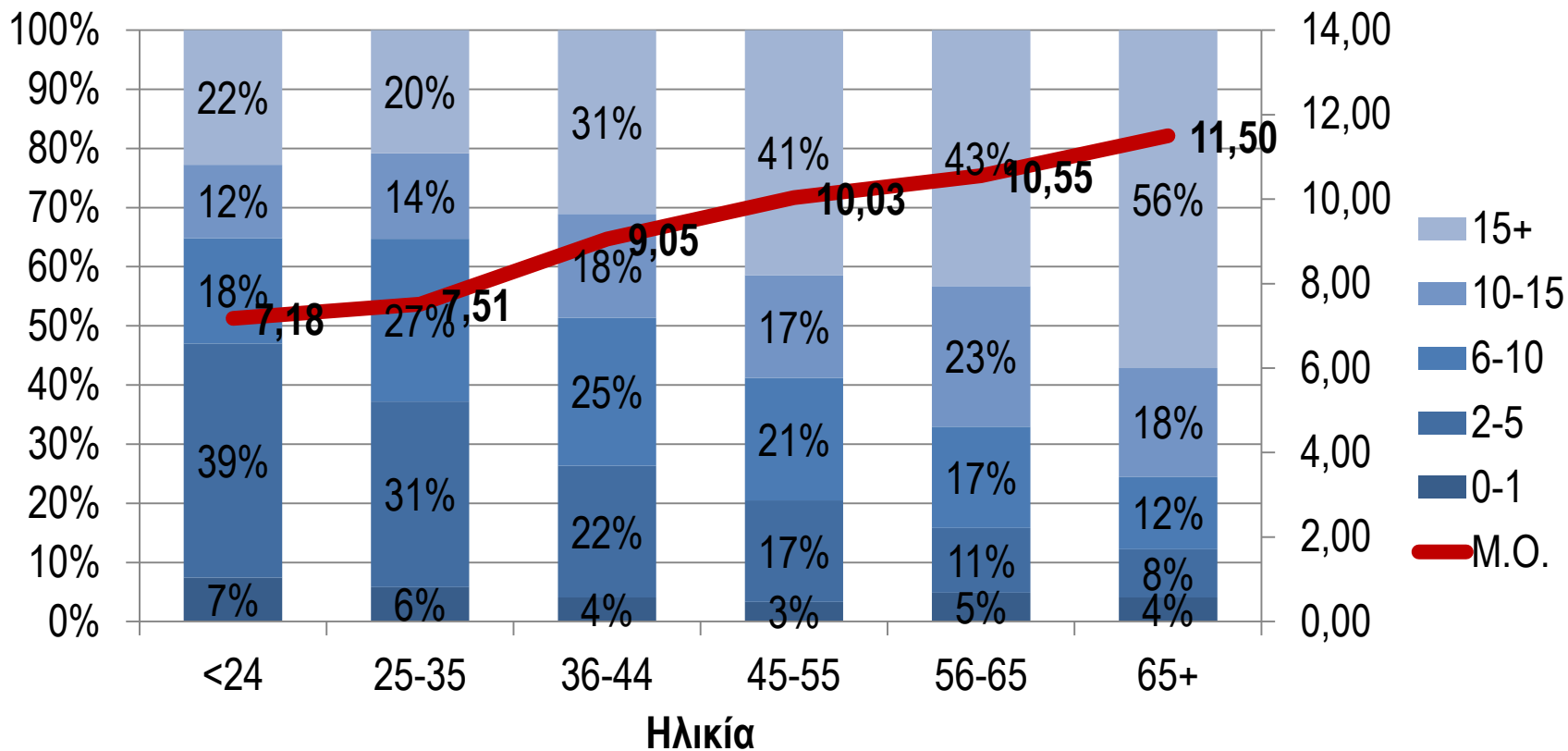


# 9 ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΗΝ ΙΔΙΑ ΑΛΥΣΙΔΑ

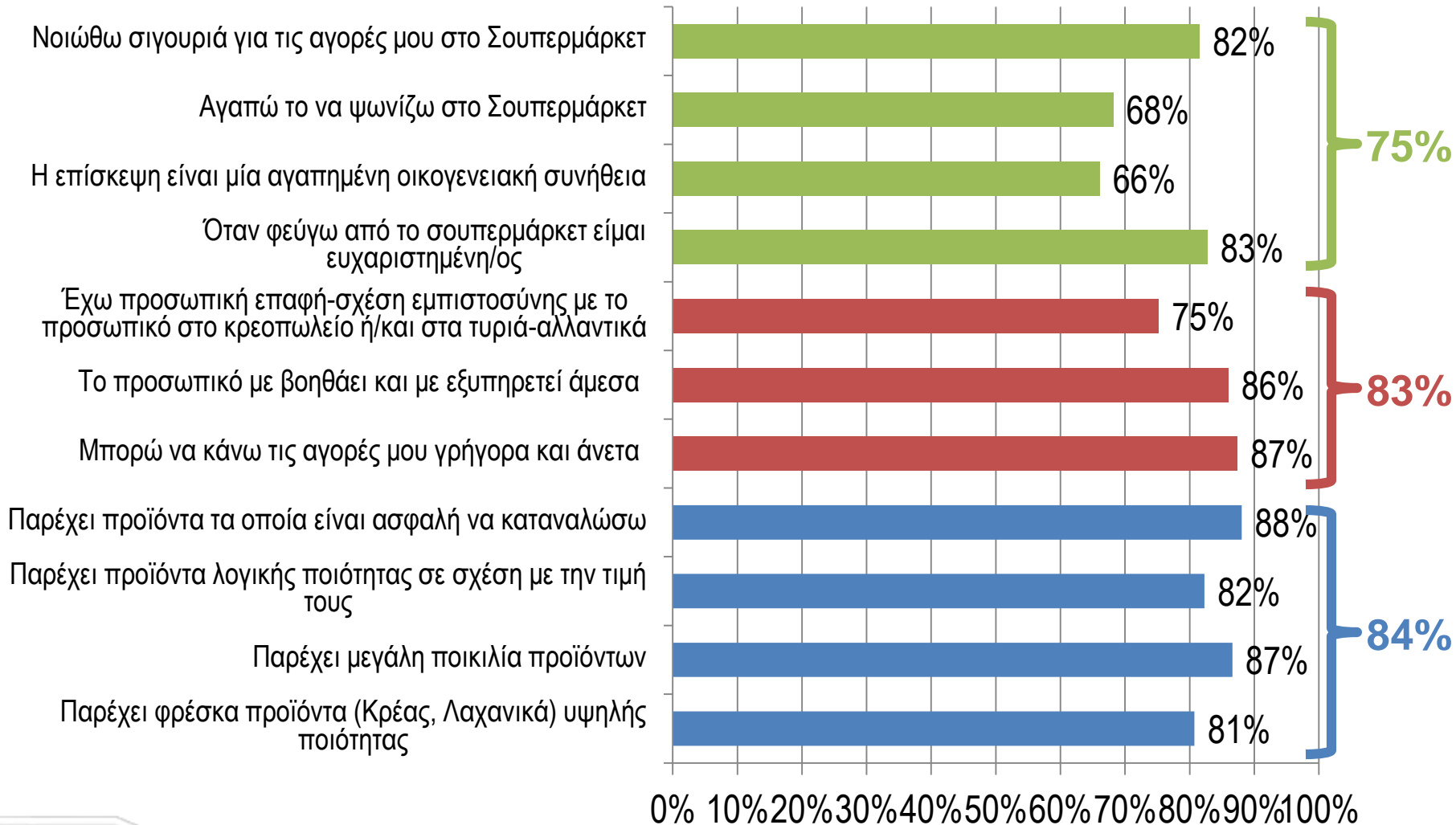


# <5 ΧΡΟΝΙΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΝΕΟΤΕΡΟΥΣ 15+ ΧΡΟΝΙΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΥΣ

Πόσο καιρό είναι η κύρια αλυσίδα σας;



# ΥΨΗΛΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΥΡΙΟΥ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ



# ΠΟΤΕ ΤΟ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΚΥΡΙΟ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ;

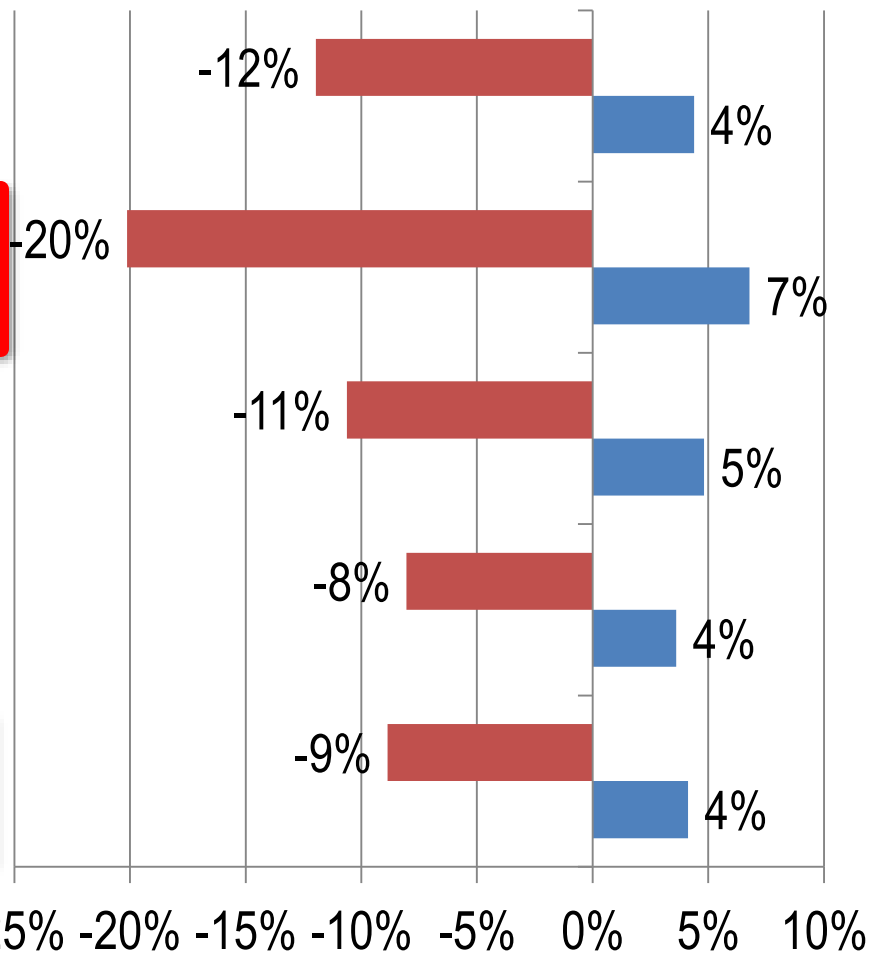
Νοιώθω σιγουριά για τις αγορές μου στο Σουπερμάρκετ

Έχω προσωπική επαφή-σχέση εμπιστοσύνης με το προσωπικό στο κρεοπωλείο ή/και στα τυριά-αλλαντικά

Το προσωπικό με βοηθάει και με εξυπηρετεί άμεσα

Παρέχει προϊόντα λογικής ποιότητας σε σχέση με την τιμή τους

Παρέχει φρέσκα προϊόντα (Κρέας, Λαχανικά) υψηλής ποιότητας

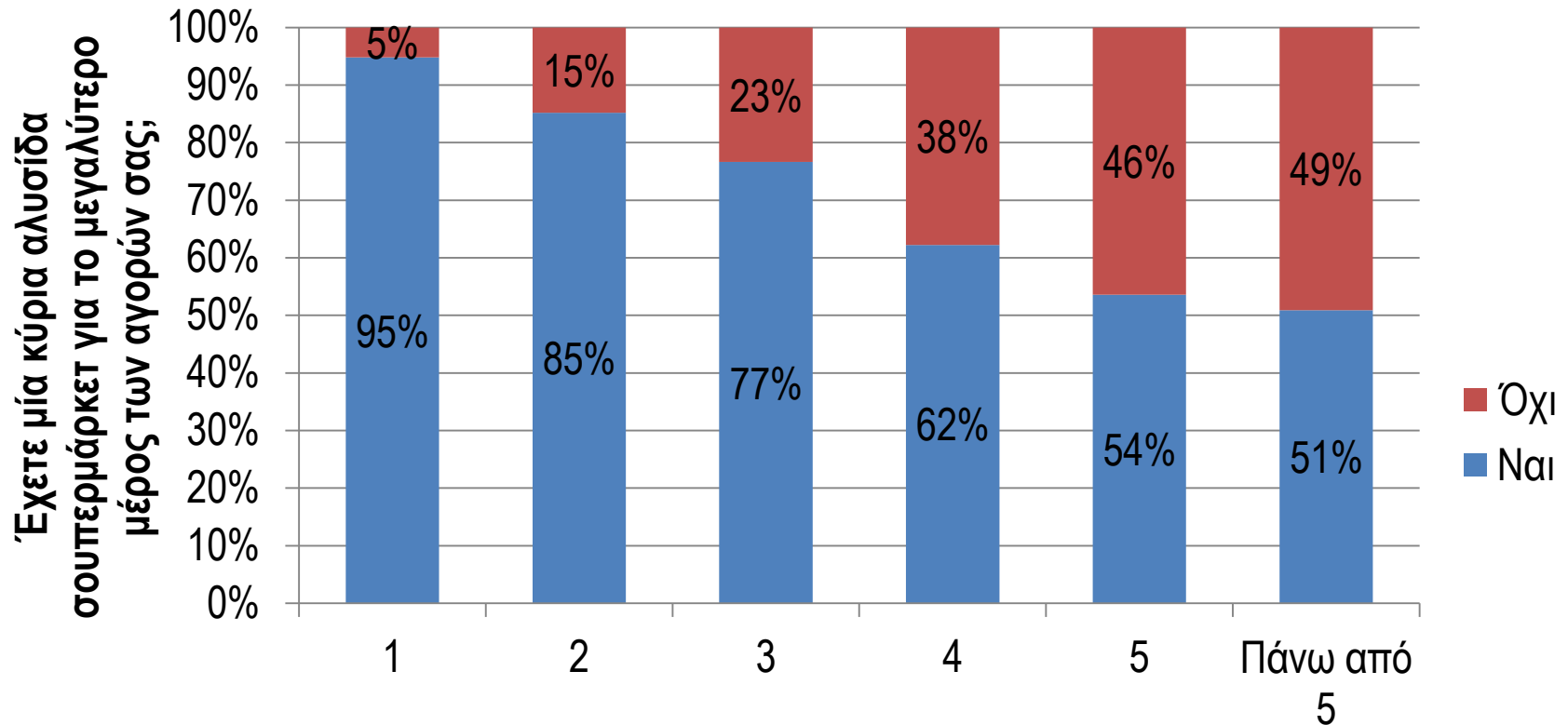


■ Όσοι δεν είναι στο κύριο Σ/Μ

■ Όσοι είναι στο κύριο Σ/Μ

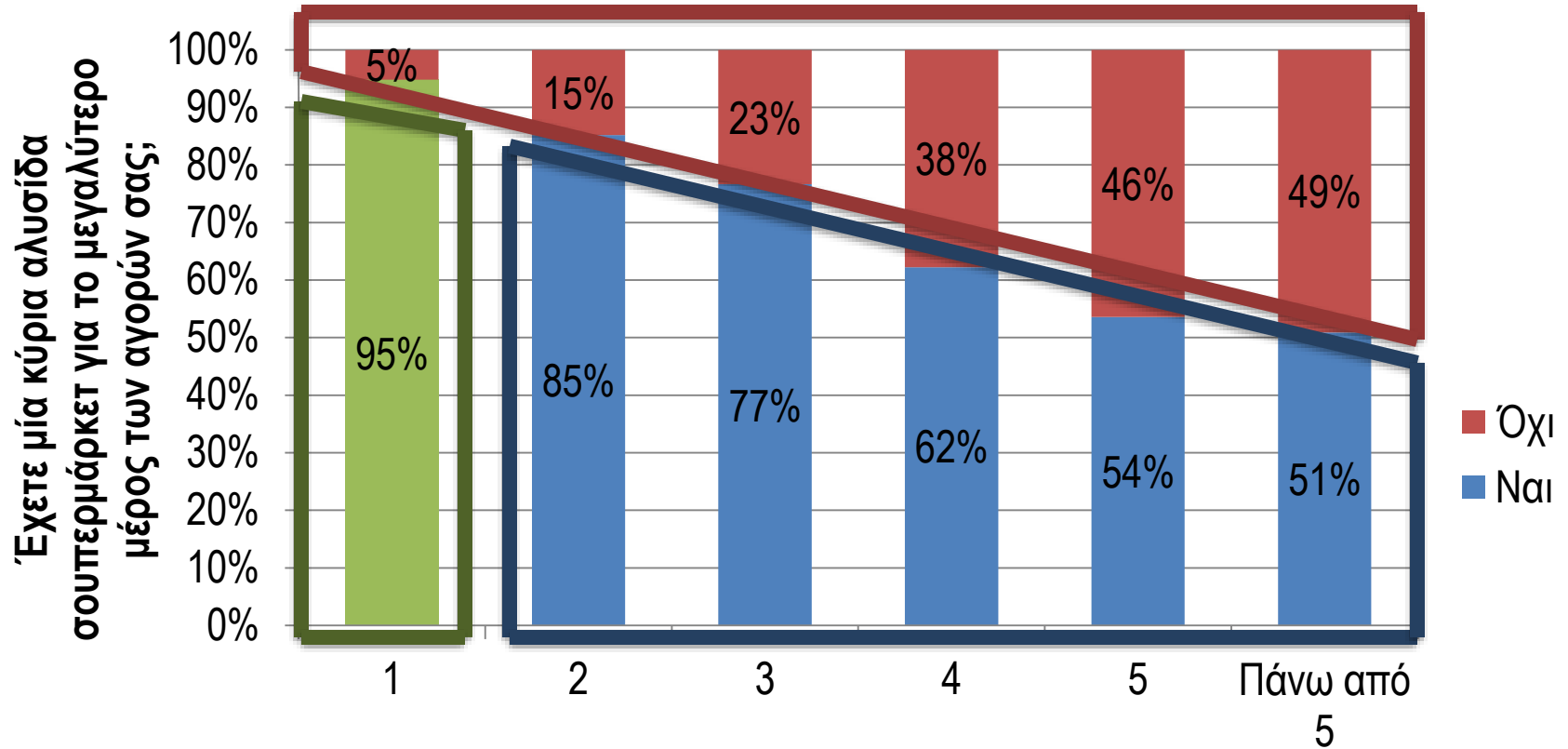


# 1 ΣΤΟΥΣ 3 ΕΧΕΙ ΜΙΑ ΚΥΡΙΑ ΑΛΥΣΙΔΑ ΑΓΟΡΑΖΕΙ ΜΟΝΟ ΑΠ' ΑΥΤΗ



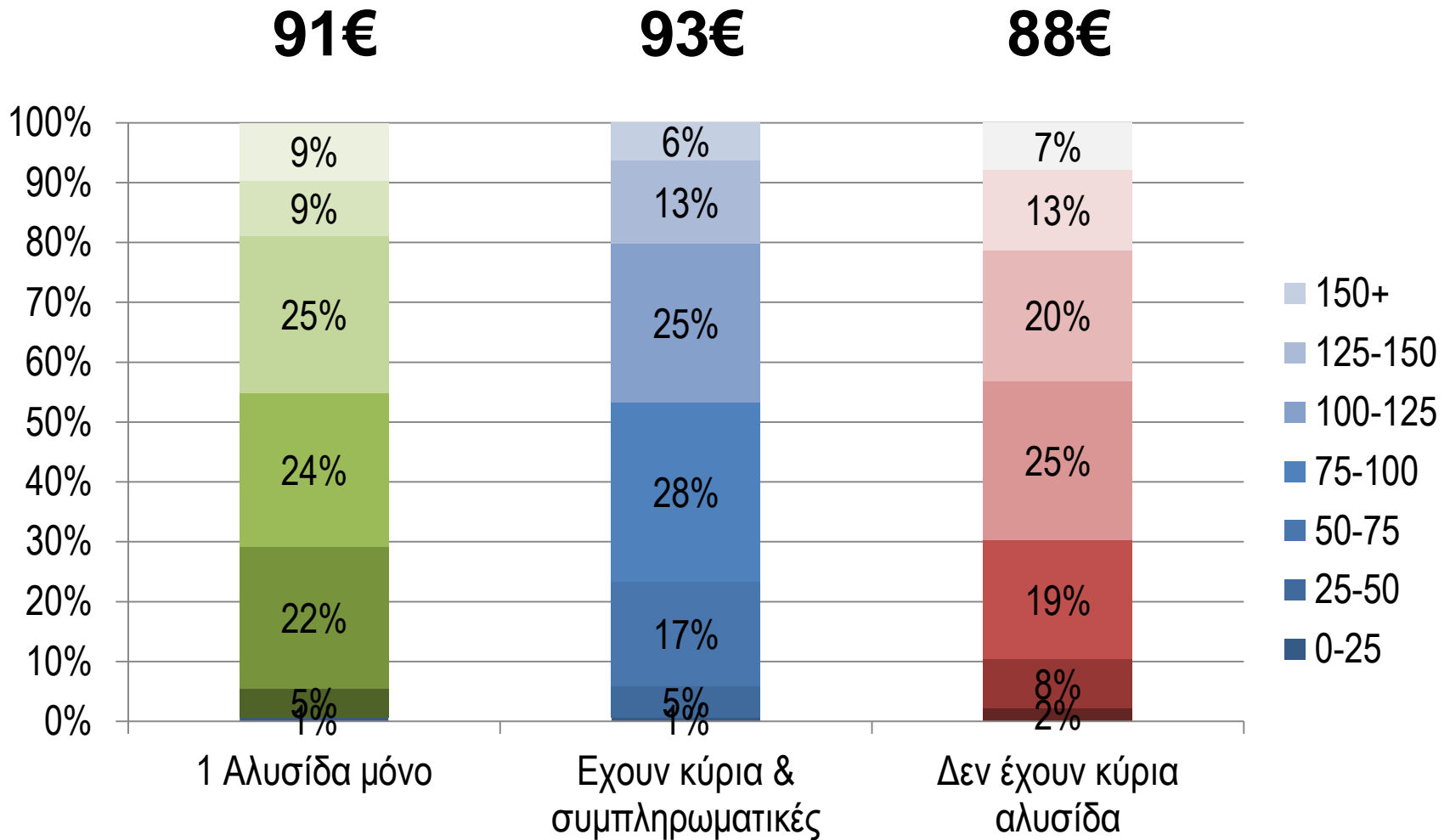
Από πόσες διαφορετικές αλυσίδες Σουπερμάρκετ αγοράζετε συνήθως τα προϊόντα σας:

# ΥΠΑΡΧΟΥΝ 3 ΔΙΑΚΡΙΤΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ



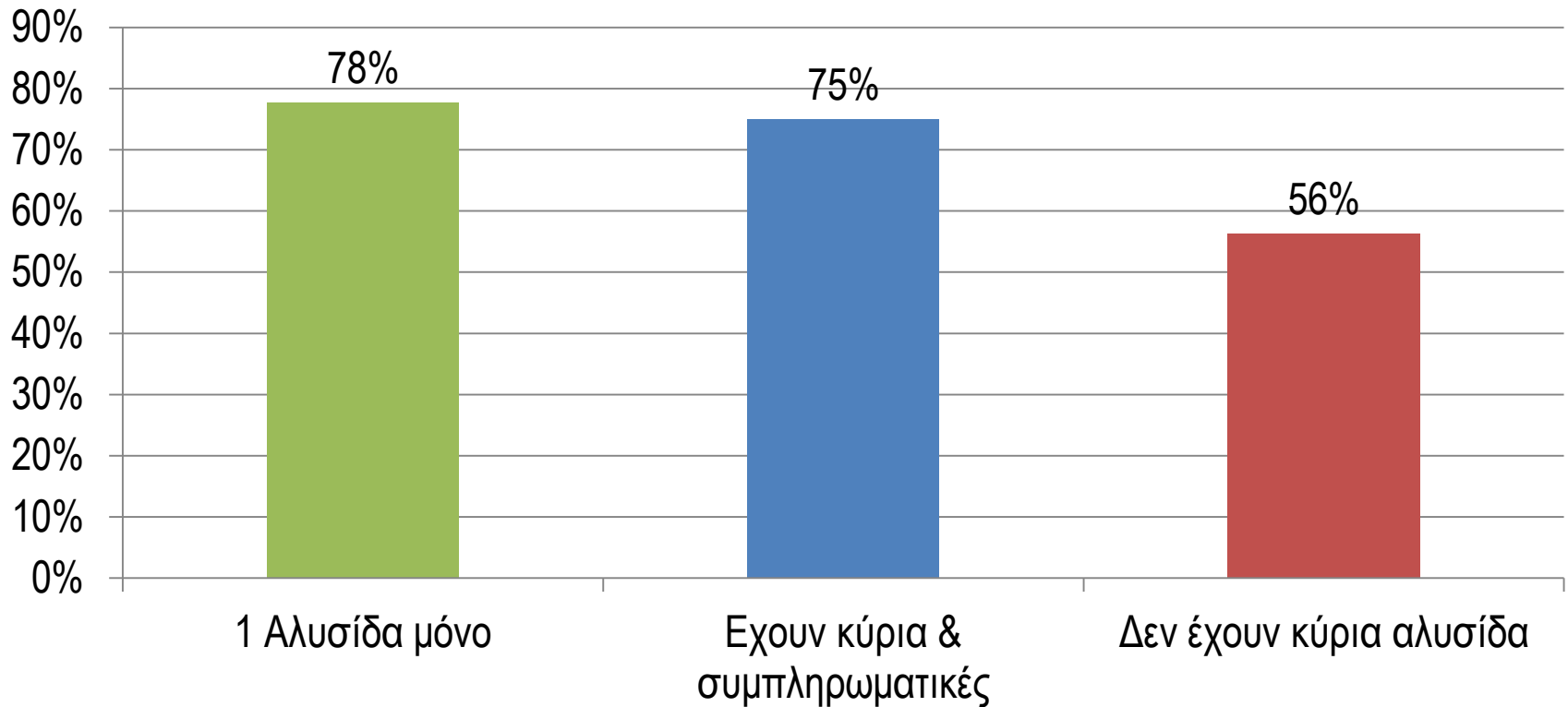
Από πόσες διαφορετικές αλυσίδες Σουπερμάρκετ αγοράζετε συνήθως τα προϊόντα σας:

# Μέση Δαπάνη



# ΚΥΡΙΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ

Εσείς είστε ο κύριος αγοραστής τροφίμων στο νοικοκυριό σας;

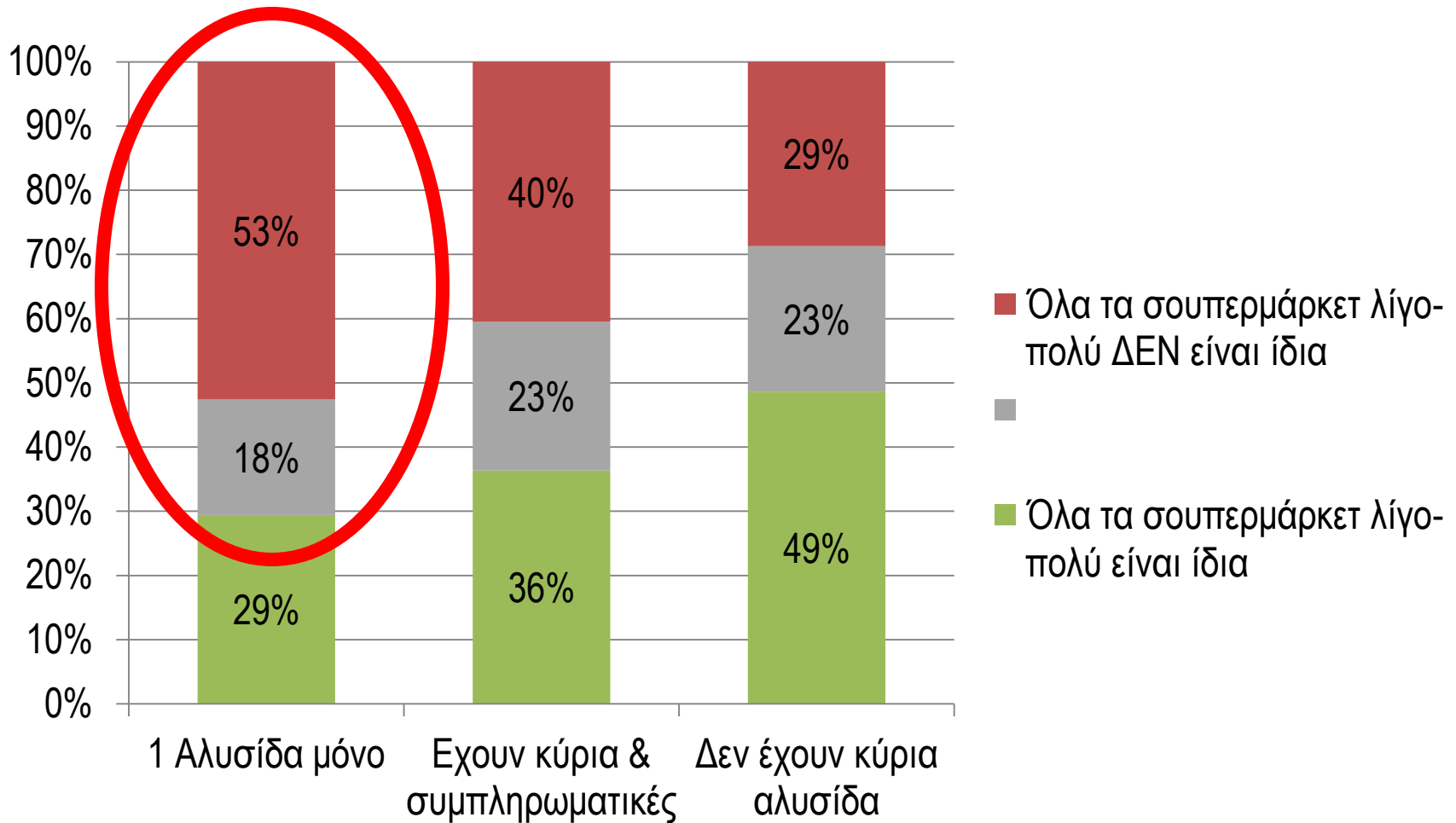


# MISSIONS

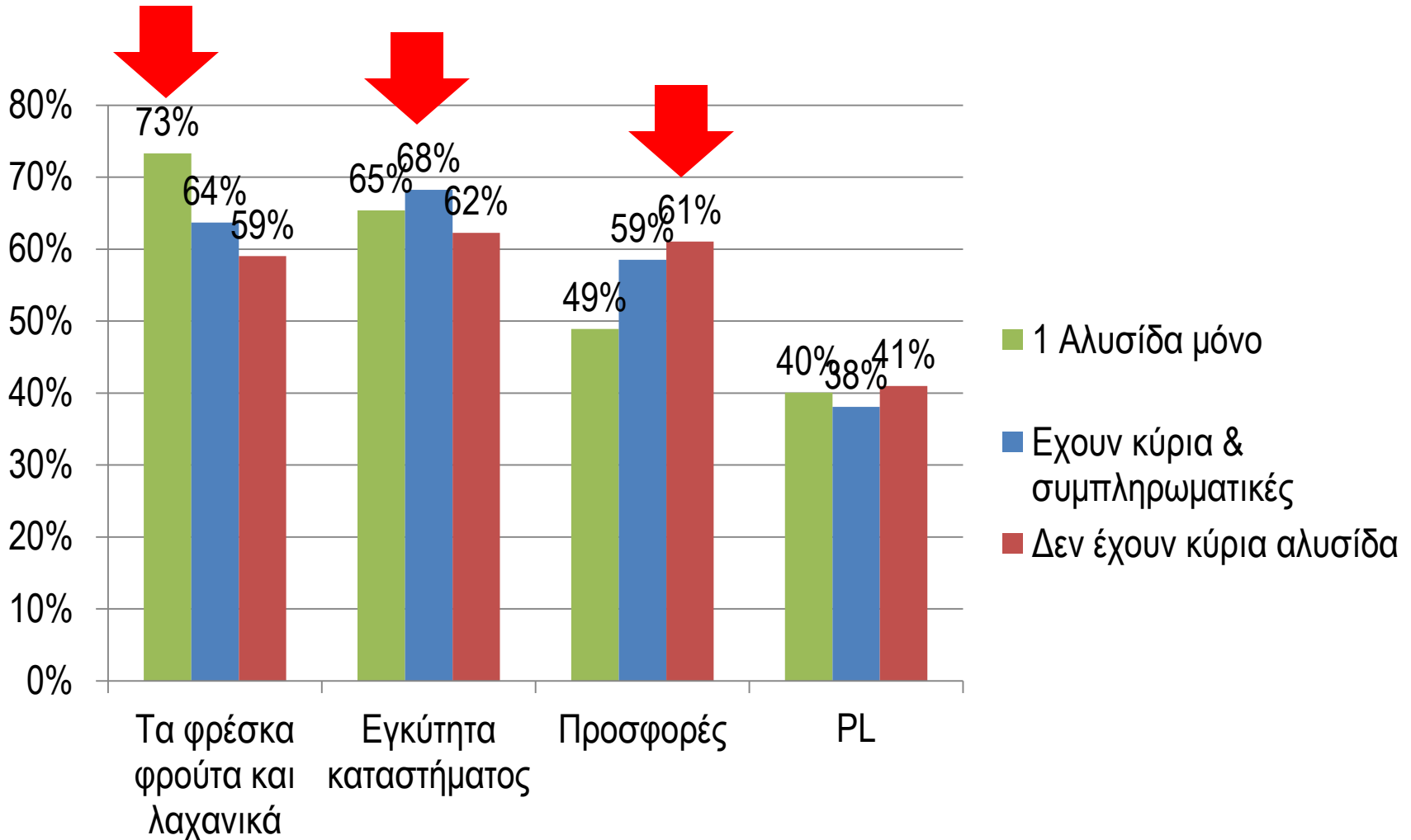


■ Δεν έχουν κύρια αλυσίδα 
 ■ Εχουν κύρια & συμπληρωματικές 
 ■ 1 Αλυσίδα μόνο

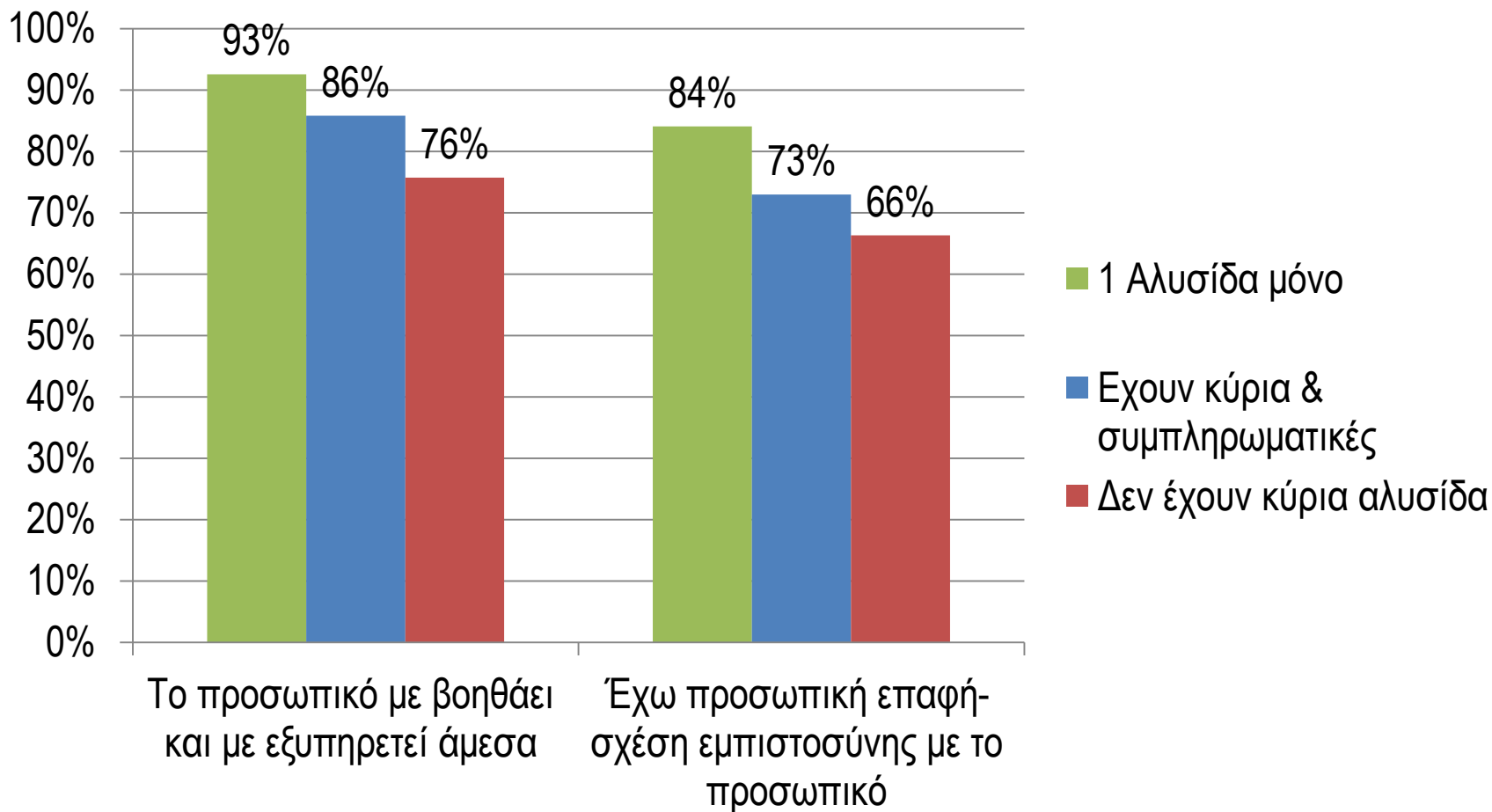
# ΕΙΚΟΝΑ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ



# ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

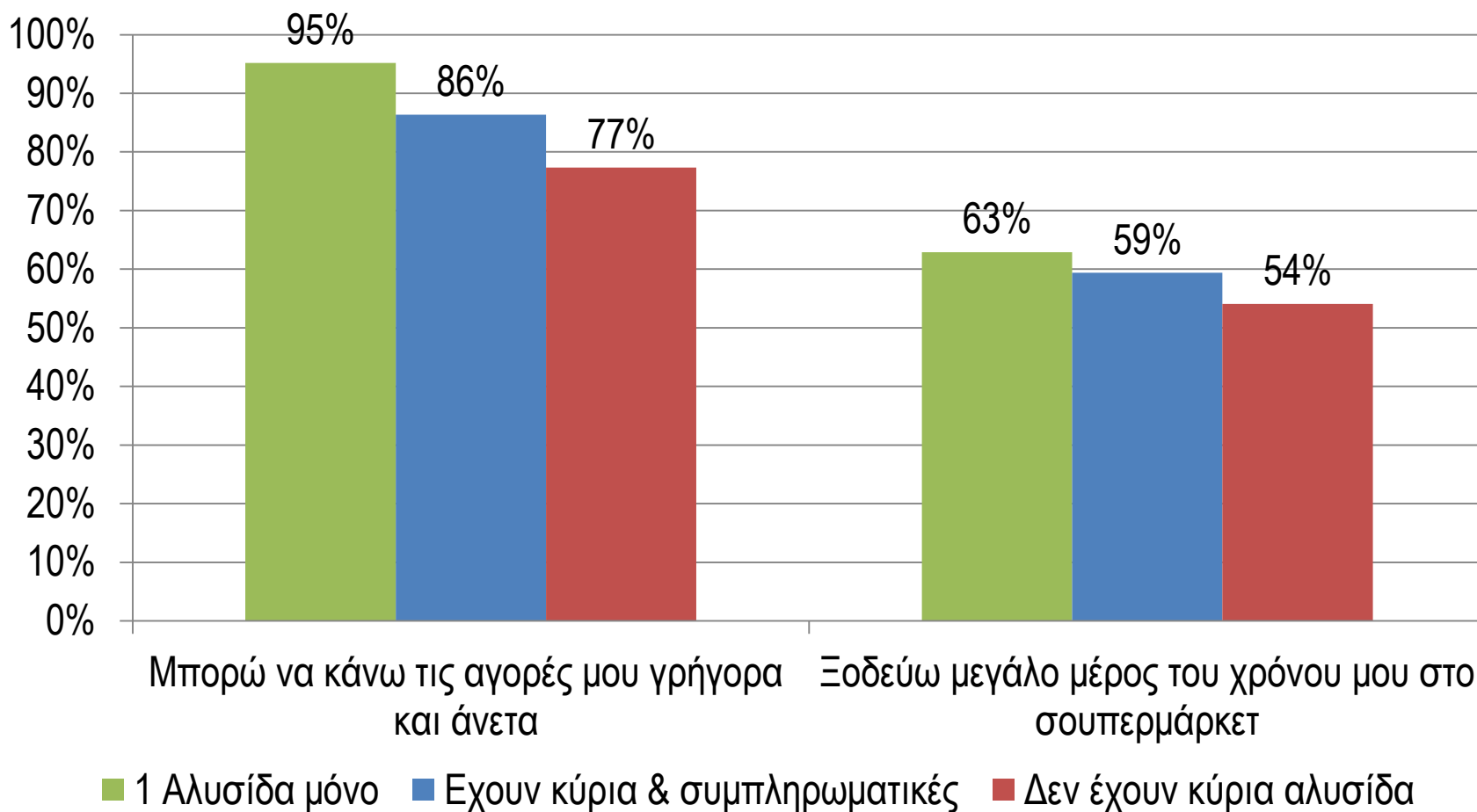


# ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ, ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ, ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ





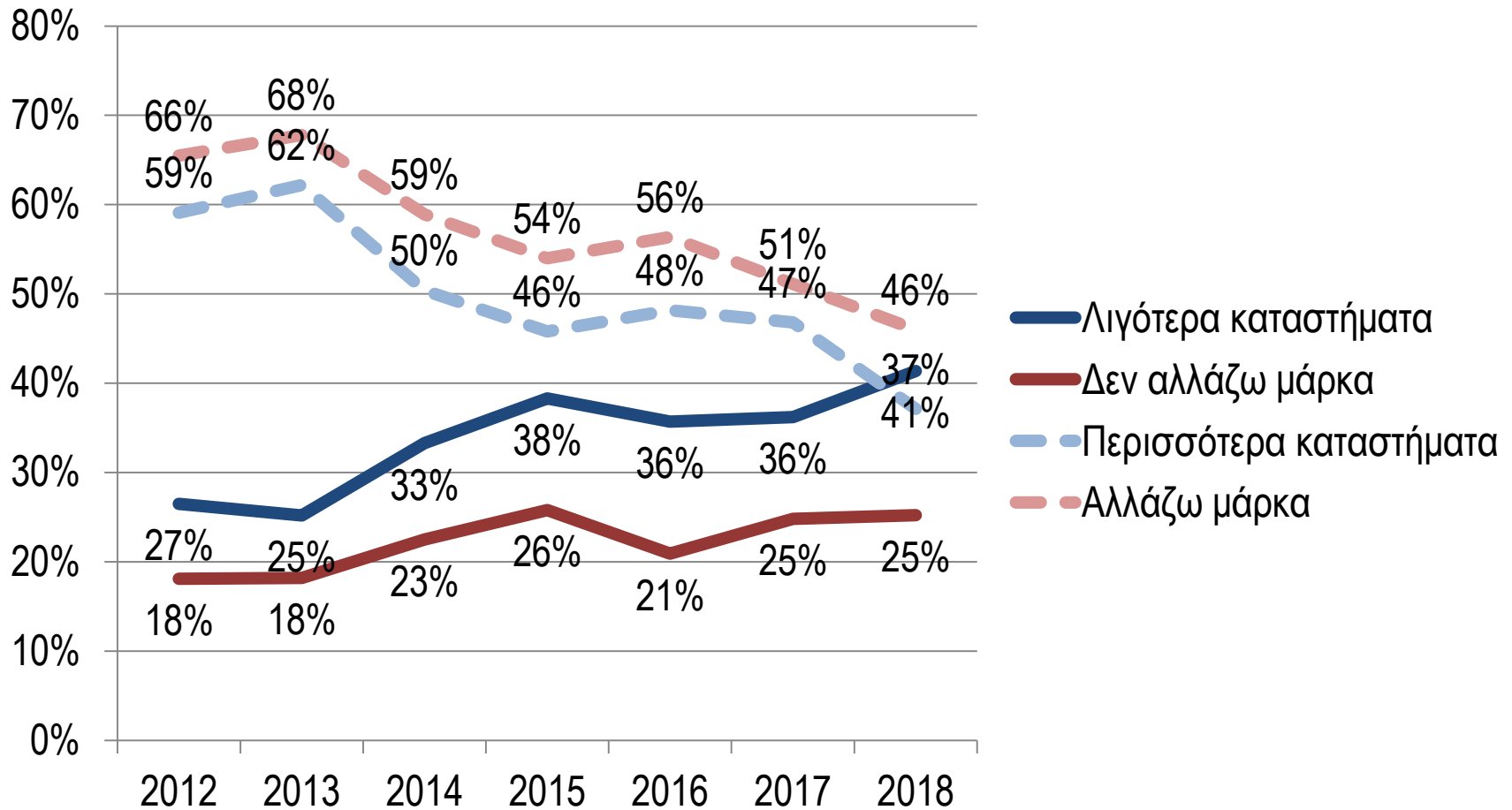
# ΕΥΚΟΛΙΑ ΚΑΙ ΑΝΕΣΗ ΧΡΟΝΟΥ



# ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΚΑΝΕΙ ΤΗΝ ΑΛΥΣΙΔΑ "ΚΥΡΙΑ"?

1. Ο χρόνος αλληλεπίδρασης
2. Η σχέση με το προσωπικό
3. Τα φρέσκα προϊόντα
4. ΌΧΙ η θέση του καταστήματος
5. ΌΧΙ οι προσφορές
6. Ο βασικός μάγειρας του σπιτιού  
ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ένα κύριο κατάστημα

# ΕΠΑΝΕΡΧΕΤΑΙ ΤΟ STORE “LOYALTY”?



**Loyalty is  
hard to find.  
Trust is easy  
to lose.  
Actions speak  
louder than  
words.**



# **ΤΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΚΥΡΙΑΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ**

**Κ. Μαχαίρας, Πρόεδρος ΙΕΛΚΑ**

**Δρ. Λ. Κιοσές, Γεν. Διευθυντής ΙΕΛΚΑ**

**Καθ. Γ. Δουκίδης, Επιστ. Σύμβουλος ΙΕΛΚΑ**