



# Καταστήματα ΓΕΡΜΑΝΟΣ: Επιτυχημένο 2016, ψηφιακό 2017

Υψηλές επιδόσεις και το δύσκολο 2016 σημείωσαν τα καταστήματα ΓΕΡΜΑΝΟΣ, σύμφωνα με όσα ανακοινώθηκαν στο ετήσιο Συνέδριο Συνεργατών του Δικτύου. Ορόσημο της χρονιάς ήταν η τοποθέτηση της ΓΕΡΜΑΝΟΣ στην Καρδιά της Τεχνολογίας. Για το 2017, η αλυσίδα θέλει να παραμείνει αγαπημένος προορισμός για προϊόντα και λύσεις τεχνολογίας, ενισχύοντας τη digital εμπειρία του πελάτη.

Το 2016, τα καταστήματα ΓΕΡΜΑΝΟΣ πραγματοποίησαν περισσότερες από 20 εκατομμύρια συναλλαγές και υποδέχτηκαν πάνω από 30 εκατομμύρια επισκέπτες. Πάνω από 7,5 εκατομμύρια ήταν οι επισκέψεις στο ανανεωμένο germanos.gr για έρευνα και online αγορές.

Όπως σημειώθηκε στο Συνέδριο, η ΓΕΡΜΑΝΟΣ:

- Παρέμεινε αγαπημένη αλυσίδα για υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών[1], αλλά και για προϊόντα υψηλής τεχνολογίας.
- Είναι No1 προορισμός για Smartphones<sup>1</sup> και Κινητά τηλέφωνα, για Αξεσουάρ, αλλά και για Ασύρματα Τηλέφωνα.
- Για μια ακόμη χρονιά, αναδείχτηκε No1 προορισμός για service κινητού<sup>1</sup>.
- Είναι πρώτη σε αναγνωρισιμότητα<sup>1</sup> και πρώτη στο μυαλό των

καταναλωτών ως «αλυσίδα καταστημάτων που ασχολείται με τηλεπικοινωνίες, κινητά τηλέφωνα ή προϊόντα υψηλής τεχνολογίας».

Ανοδικά σε σχέση με πέρσι ήταν τα μερίδια της ΓΕΡΜΑΝΟΣ στις πωλήσεις Αξεσουάρ & Gadgets όπως τα wearables, στα tablets, παρά την πτωτική πορεία της αγοράς, αλλά και στις Τηλεοράσεις. Εξαιρετικά δημοφιλείς παρέμειναν οι υπηρεσίες G-ticketing, την οποία χρησιμοποίησαν πάνω από 120.000 πελάτες, και G-photoprint, καθώς στα καταστήματα ΓΕΡΜΑΝΟΣ εκτυπώθηκαν πάνω από 1,5 εκατ. ψηφιακές φωτογραφίες. Σημαντική για τη χρονιά που πέρασε ήταν η συνεργασία με την PROTERGIA για την παροχή ηλεκτρικού ρεύματος σε νοικοκυριά και επιχειρήσεις.

«Το 2016, μια δύσκολη χρονιά για τη λιανική, η αλυσίδα ΓΕΡΜΑΝΟΣ πήγε κόντρα στο ρεύμα. Συνέβαλλε καθοριστικά στις επιδόσεις του Ομίλου ΟΤΕ σε κινητή, σταθερή τηλεφωνία, internet και τηλεόραση. Άλλαξε την εικόνα της, διεύρυνε τη γκάμα των προϊόντων τεχνολογίας και ξεκίνησε την ανανέωση των καταστημάτων. Το 2016, τα καταστήματα ΓΕΡΜΑΝΟΣ απέδειξαν την ανθεκτικότητά τους. Απέδειξαν ότι διαθέτουν καρδιά πρωταθλητή», δήλωσε ο κ. Πέτρος Παπαγγέλης, Διευθυντής Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ.

Το 2017, όπως σημειώθηκε κατά το ετήσιο Συνέδριο Συνεργατών του Δικτύου ΓΕΡΜΑΝΟΣ:

- Θα ενισχυθεί η γκάμα των high tech προϊόντων, όπως wearables, VR glasses, drones, action cameras, 4K/HD cameras, smart TVs, gaming & κονσόλες, που κάνουν την καρδιά των πελατών να χτυπά δυνατά.
- Θα ολοκληρωθεί η ανανέωση των καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, με μοντέρνα αισθητική, διακριτές προϊοντικές ζώνες, περισσότερα live demos και διαδραστικές οθόνες.
- Η ποιότητα, η ποικιλία και η αξιοπιστία των προϊόντων και υπηρεσιών επικοινωνίας θα παραμείνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της αλυσίδας.

Επίσης, το 2017 θα δοθεί ακόμη μεγαλύτερη έμφαση στην εκπαίδευση των ανθρώπων της GERMANOS. Η αλυσίδα επενδύει στην εξειδικευμένη γνώση των πωλητών, για να μπορούν να καλύπτουν τις ανάγκες των πελατών σε θέματα τηλεπικοινωνιών και τεχνολογίας. Για τις γνώσεις τους, οι πωλητές διαθέτουν πιστοποίηση από τους ίδιους τους κατασκευαστές των προϊόντων. Φέτος, οι άνθρωποι της GERMANOS, απαντώντας στις ανάγκες της ψηφιακής εποχής, θα εξελιχθούν σε εξειδικευμένους συμβούλους και για θέματα συνδεσιμότητας (connectivity) προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής τεχνολογίας.

«Για τη GERMANOS, ο πελάτης είναι Νο1 προτεραιότητα. Σε αυτό οφείλεται η επιτυχία της. Αξιοποιούμε τη γνώση μας, την πολυετή εμπειρία μας στην αγορά, τα καινοτόμα προϊόντα και λύσεις επικοινωνίας που διαθέτουμε για να καλύπτουμε τις ανάγκες του πελάτη και να του προσφέρουμε μια ξεχωριστή εμπειρία εξυπηρέτησης. Το 2017 προβλέπεται δύσκολη χρονιά για το retail. Όμως, η δουλειά που έχουμε κάνει μέχρι σήμερα και η προσαρμοστικότητά μας στις ανάγκες της εποχής και του πελάτη μας γεμίζουν με αισιοδοξία ότι, και φέτος, θα καταφέρουμε να πάμε κόντρα στο ρεύμα», δήλωσε ο κ. Κώστας Βούζας, Διευθυντής Πωλήσεων Ομίλου ΟΤΕ.

---

[1] Ο Νο1 προορισμός προκύπτει από έρευνες καταναλωτών και αφορά πρόθεση επίσκεψης και αγοράς – Έρευνα QED σε δείγμα 11.000 ατόμων στο σύνολο της αστικής Ελλάδας (εκτός νησιών Αιγαίου και Ιονίου), διάρκειας 11 μηνών το 2016.