



Δελτίο Τύπου

5 Μαΐου 2020

KPMG: Ο κορωνοϊός «ανασχεδιάζει» τα customer journeys, εφοδιαστικές αλυσίδες και στρατηγικές προτεραιότητες για τις επιχειρήσεις

Σε περιόδους κρίσης, οι οργανισμοί πρέπει να επαναπροσδιορίζουν τους στρατηγικούς τους στόχους, να δημιουργούν ειδικές «ομάδες δράσης» για την αντιμετώπιση επιμέρους προβλημάτων σε ρευστότητα και operations, κυρίως όμως να διατηρούν ανοιχτούς τους διαύλους διαλόγου με καταναλωτές, πελάτες, προμηθευτές και συνεργάτες. Αυτές είναι οι βασικές αρχές που διέπουν τις στρατηγικές επιλογές των επιχειρήσεων και τη θεώρησή τους για την πελατοκεντρικότητα εν μέσω πανδημίας, όπως συζητήθηκαν στο [τρίτο live video webcast](#) της [KPMG](#) για την επίδραση του κορωνοϊού στο επιχειρείν, το οποίο πραγματοποιήθηκε την Πέμπτη 30 Απριλίου.

Σε διεθνές και εγχώριο επίπεδο, οι ανάγκες και τα συναισθήματα των καταναλωτών αλλάζουν. Σύμφωνα με τον Ηλία Μανούσο, Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο της Kantar Ελλάδας, η ανησυχία των Ελλήνων για την υγεία τους τους ώθησε να αξιοποιήσουν τις ψηφιακές δυνατότητες σε κάθε σημείο του customer journey τους, από την επιλογή του προϊόντος μέχρι την πληρωμή. Σε αυτό το πλαίσιο «έχει σημασία να κατανοήσουν οι οργανισμοί ότι το digitization του customer journey δεν σημαίνει ότι οι καταναλωτές διατηρούν τις «αναλογικές» τους συνήθειες σε ψηφιακό περιβάλλον», τόνισε ο Η. Μανούσος χαρακτηριστικά.

Στο ίδιο μήκος κύματος, ο Αναστάσιος Πάντος, Senior Manager, Management Consulting της KPMG στην Ελλάδα επεσήμανε ότι «καθώς μεταφερόμαστε από το “experience economy” στο “social distancing economy”, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να επανεξετάσουν τα κίνητρα και τις ανάγκες των καταναλωτών, αλλά και τους τρόπους με τους οποίους θα διεκδικούν την προσοχή τους, από εδώ και πέρα, και να ανασχεδιάσουν εξολοκλήρου τα customer journeys».

Οι νέες καταναλωτικές ανάγκες που διαμορφώθηκαν ως απόρροια της πανδημίας και του εγκλεισμού επηρέασαν ασύμμετρα τη ζήτηση προϊόντων ανά κλάδο. Στην παρουσίασή του Δημήτρης Παπακανέλλου, Γενικός Διευθυντής, Management Consulting της KPMG στην Ελλάδα εξήγησε ότι ο ακριβής προσδιορισμός της ζήτησης που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί διαμορφώνει τον χάρτη των στρατηγικών επιλογών τους σε μεσοπρόθεσμο επίπεδο.

Ωστόσο, για αυτούς που αντιμετωπίζουν προβλήματα ρευστότητας, απαιτείται μια σημαντική αλλαγή νοοτροπίας: όπως επεσήμανε η Μαρίνα Καπετανάκη, επικεφαλής του Deal Advisory της KPMG στην Ελλάδα «θα πρέπει οι επιχειρήσεις να διοικούνται με γνώμονα τη ρευστότητα, και όχι το κέρδος». Από την πλευρά της «προσφοράς», ο Αλέξανδρος Κανόνης, Manager, Management Consulting της KPMG στην Ελλάδα, τόνισε ότι είναι ανάγκη οι επιχειρήσεις να «χαρτογραφήσουν» τα σημεία «διαταραχής» στην εφοδιαστική αλυσίδα και να ανοίξουν εκ νέου τον διάλογο με τους προμηθευτές, με ρεαλισμό και ενσυναίσθηση, για την αντιμετώπιση των κρίσεων.

Ένα μεγάλο στοίχημα για τις επιχειρήσεις είναι να μην «υποχωρήσουν από τον ψηφιακό μετασχηματισμό που “έφερε” ο κορωνοϊός», όπως διατράνωσε ο Διονύσης Διαμαντόπουλος, Γενικός Διευθυντής, Management Consulting της KPMG στην Ελλάδα, «η απομακρυσμένη εργασία και η ψηφιοποίηση της καθημερινότητας των καταναλωτών αναδεικνύουν την ανάγκη για αυτοματοποίηση των επιχειρησιακών διαδικασιών και επένδυση σε chatbots και RPAs».

Η τεχνολογία και η διάθεση του κατάλληλου εξοπλισμού αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την απομακρυσμένη εργασία· ωστόσο, όπως επεσήμανε στην παρουσίασή της η Βερώνη Παπατζήμου, Γενική Διευθύντρια Συμβουλευτικών Υπηρεσιών Ανθρώπινου Δυναμικού της KPMG στην Ελλάδα «η εξ αποστάσεως διοίκηση ομάδων απαιτεί ξεκάθαρη επικοινωνία των προσδοκιών της επιχείρησης από τους εργαζόμενους, τακτικό feedback και μια σωστή ισορροπία ανάμεσα στην αυτονομία του ατόμου και τον έλεγχο των εργασιών».

Μείνετε συντονισμένοι για την ημερομηνία πραγματοποίησης των επόμενων webcast: www.kpmgevents.gr

ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΤΗΣ KPMG

Η KPMG στην Ελλάδα διοργανώνει συνέδρια κύρους, για περισσότερα από 23 χρόνια. Διεθνούς φήμης επιστήμονες, στοχαστές και επιχειρηματίες-θρύλοι έχουν συμμετάσχει ως κεντρικοί ομιλητές στα συνέδρια της εταιρείας. Το Συμπόσιο Ανθρώπινου Δυναμικού και το Συνέδριο Οικονομικών Διευθυντών συγκαταλέγονται στις μακροβιότερες διοργανώσεις στην ελληνική αγορά, ενώ, η εταιρεία πλέον διοργανώνει συνέδρια και στους τομείς του ψηφιακού μετασχηματισμού, της διοίκησης οικογενειακών επιχειρήσεων και της κανονιστικής συμμόρφωσης –μεταξύ άλλων. Διαβάστε περισσότερα στο www.kpmgevents.gr

ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ KPMG

Η KPMG είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο εταιρειών παροχής Ελεγκτικών, Φορολογικών και Συμβουλευτικών υπηρεσιών. Δραστηριοποιούμαστε σε 147 χώρες και περιοχές και απασχολούμε περισσότερα από 219 000 άτομα σε εταιρείες-μέλη παγκοσμίως. Οι ανεξάρτητες εταιρείες-μέλη του δικτύου της KPMG είναι συνδεδεμένες με την KPMG International Cooperative ("KPMG International"), μια ελβετική εταιρεία. Κάθε εταιρεία της KPMG είναι νομικά διακριτή και αυτοτελής οντότητα και αυτοχαρακτηρίζεται ως τέτοια.

Σημείωση για το Συντάκτη: Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνήσετε με τον κ. Αλκιβιάδη Σιαράβα, Διευθυντή Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας της KPMG, τηλ. 211 18 15 857, asiaravas@kpmg.gr

Social media KPMG in Greece

