A close up of text

AI-generated content may be incorrect.

**Ανάλυση και Μοντελοποίηση Διαδικασιών και Συστημάτων**

****

|  |  |
| --- | --- |
| **Αριθμός μητρώου** | **Ονοματεπώνυμο** |
| 8220019 | ΒΛΑΧΟΣ ΣΤΑΥΡΟΣ |
| 8220035 | ΔΗΜΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΣΠΗΛΙΟΣ |
| 8220092 | ΕΡΝΟΛΝΤ ΜΟΥΛΑ’Ι’ |
| 8210220 | ΜΠΙΤΑΡ ΜΑΚΑΡ |

**\*CEO**

**Contents**

[**Εισαγωγή** 3](#_Toc201542570)

[**Μέρος Α’ Περιγραφή και Ανάλυση Altershops** 4](#_Toc201542571)

[**1. Επιχειρησιακή στρατηγική και λειτουργία** 4](#_Toc201542572)

[**1.1. Προιόντα και Υπηρεσίες Altershops** 4](#_Toc201542573)

[**1.2. Κατηγοριοποίηση Πελατών και Ανταγωνιστών** 4](#_Toc201542574)

[**1.3. Προμηθευτές Altershops** 5](#_Toc201542575)

[**1.4. Συνεργάτες Altershops** 5](#_Toc201542576)

[**1.5. Εγκαταστάσεις Altershops** 6](#_Toc201542577)

[**1.6. Επιχειρησιακές Λειτουργίες** 7](#_Toc201542578)

[**2. Οργανωσιακή δομή και κύριοι ρόλοι του οργανισμού** 8](#_Toc201542579)

[**2.1 Διοίκηση Altershops** 8](#_Toc201542580)

[**2.2. Λειτουργική περιοχή τμήματος Δικτύου Φυσικών Καταστημάτων.** 8](#_Toc201542581)

[**2.3. Λειτουργική περιοχή τμήματος Ηλεκτρονικού Καταστήματος.** 9](#_Toc201542582)

[**2.4. Λειτουργική περιοχή Εμπορικού Τμήματος.** 10](#_Toc201542583)

[**2.5. Λειτουργική περιοχή τμήματος Ανθρώπινου Δυναμικού.** 10](#_Toc201542584)

[**2.6. Λειτουργική περιοχή Αποθήκης και εφοδιαστικής αλυσίδας.** 11](#_Toc201542585)

[**3. Ανάλυση διαδικασιών** 12](#_Toc201542586)

[**1. Εμπορικός Σχεδιασμός & Κύκλος Παραγγελιών** 12](#_Toc201542587)

[**2. Διαχείριση Πωλήσεων και Εξυπηρέτησης σε Φυσικά και Ψηφιακά Καταστήματα** 15](#_Toc201542588)

[**3. Εκτέλεση Επιχειρησιακών Υπηρεσιών μέσω Εξωτερικών Συνεργατών** 19](#_Toc201542589)

[**4. Διαχείριση Οικονομικών και Προσωπικού** 23](#_Toc201542590)

[**4. Ανάλυση της πληροφοριακής αρχιτεκτονικής της Altershops** 28](#_Toc201542591)

[**5. Ανάλυση των επιχειρησιακών τεχνολογιών της Altershops** 29](#_Toc201542592)

[**6. Στιγμιότυπο Altershops** 30](#_Toc201542593)

[**Μέρος Β’ Αξιολόγηση Altershops** 31](#_Toc201542594)

[**Μέρος Γ’ Εισηγήσεις για Παρέμβαση** 37](#_Toc201542595)

[**Παρέμβαση 1. Αλγόριθμος πρόβλεψης ζήτησης** 37](#_Toc201542596)

[**Παρέμβαση 2. Νέο πληροφοριακό σύστημα για υποστήριξη HR** 39](#_Toc201542597)

[**Παράρτημα** 41](#_Toc201542598)

# **Εισαγωγή**

Η Altershops είναι μια ελληνική επιχείρηση λιανικής πώλησης ειδών ένδυσης, υπόδησης και αξεσουάρ, που δραστηριοποιείται μέσω φυσικών καταστημάτων και ηλεκτρονικού εμπορίου. Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2002 και διαθέτει καταστήματα σε διάφορα μέρη της Ελλάδας και e-shop, εξυπηρετώντας πελάτες σε όλη τη χώρα. Διαθέτει μια αποθήκη στις Αχαρνές και τα κεντρικά της γραφεία βρίσκονται στο Χαλάνδρι. Ο συνολικός αριθμός εργαζομένων είναι 70 άτομα και ο ετήσιος τζίρος ανέρχεται στα 5,5 εκατομμύρια.

Η στρατηγική της Altershops εστιάζει στη διατήρηση φυσικών καταστημάτων σε στρατηγικά σημεία της χώρας, συνδυάζοντάς τα με ένα εκτενές προϊοντικό χαρτοφυλάκιο που περιλαμβάνει 11.000 κωδικούς προϊόντων ετησίως και συνεργασίες με 60 διαφορετικά brands τόσο lifestyle όσο και αθλητικών ειδών. Η οργανωσιακή κουλτούρα της χαρακτηρίζεται από ευελιξία και συνεργασία, αποφεύγοντας αυστηρά ιεραρχικά και τυποποιημένα πλαίσια λειτουργίας. Δίνεται έμφαση στη συνεχή ανάπτυξη των εργαζομένων, με στόχο την επαγγελματική τους εξέλιξη εντός της επιχείρησης.

Η εταιρική δομή περιλαμβάνει εσωτερικά λειτουργικά τμήματα, όπως εμπορικό τμήμα, retail, διαχείριση e-shop, ανθρώπινοι πόροι, γραφιστική, logistics και καταστήματα, ενώ παράλληλα συνεργάζεται με εξωτερικούς παρόχους για εξειδικευμένες υπηρεσίες. Συγκεκριμένα, η Wizard Digital Agency είναι υπεύθυνη για το e-marketing, η PWC για τη λογιστική και τη μισθοδοσία, η Afternet για την υποστήριξη IT, η Foxline για τη διασύνδεση του ERP και εξωτερικοί νομικοί σύμβουλοι για νομικά ζητήματα.

Σε επίπεδο τεχνολογικής υποδομής, η Altershops αξιοποιεί συστήματα διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων και ανάλυσης δεδομένων όπως Softone και BusinessObjects του SAP, τα οποία είναι συνδεδεμένα με SQL για την αποθήκευση και διαχείριση επιχειρησιακών πληροφοριών. Το PrestaShop χρησιμοποιείται για το ηλεκτρονικό κατάστημα και το SEO, ενώ η πλατφόρμα MyWorkplace υποστηρίζει τη διαχείριση και αξιολόγηση των εργαζομένων.

# **Μέρος Α’ Περιγραφή και Ανάλυση Altershops**

# **1. Επιχειρησιακή στρατηγική και λειτουργία**

H εταιρεία Altershops ανήκει στον κλάδο του Λιανικού Εμπορίου και δραστηριοποιείται στην Ελλάδα. Η Altershops εξυπηρετεί όλη την Ελλάδα μέσω του ψηφιακού καταστήματος και υποστηρίζει την Αθήνα, Πάρο, Νάξο και Ρόδο με φυσικά καταστήματα. Στην Αθήνα, διαθέτει καταστήματα σε Πλάκα, Κορυδαλλό, Μαρούσι, Αιγάλεω, Άγιο Δημήτριο και Σπάτα.

## **1.1. Προιόντα και Υπηρεσίες Altershops**

Η Altershops προσφέρει είδη ένδυσης, υπόδησης και αξεσουάρ, τα οποία κατηγοριοποιούνται σε δύο βασικές κατηγορίες: προϊόντα που διατίθενται μέσω των φυσικών καταστημάτων και προϊόντα που είναι διαθέσιμα στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Διαθέτει συνολικά 6.310 μοναδικούς κωδικούς προϊόντων στο ηλεκτρονικό της κατάστημα, το οποίο συγκεντρώνει το πλήρες εύρος της γκάμας της. Αντίθετα, κάθε φυσικό κατάστημα διατηρεί διαφορετική ποικιλία προϊόντων, με περίπου 600 κωδικούς το κάθε ένα, ανάλογα με το μέγεθος, το προφίλ του καταστήματος και τη ζήτηση της τοπικής αγοράς.

Προσφέρει υπηρεσία Click & Collect, επιτρέποντας στους πελάτες να παραγγείλουν online και να παραλάβουν από φυσικό κατάστημα. Παρέχει υπηρεσία επιστροφών, επιτρέποντας στους πελάτες να αντικαταστήσουν ή να επιστρέψουν προϊόντα. Επίσης, είναι δυνατή η επικοινωνία μέσω τηλεφώνου ή email για πληροφορίες και υποστήριξη σχετικά με αγορές και επιστροφές. Στα φυσικά καταστήματα γίνεται καθοδήγηση των πελατών στην επιλογή προϊόντων και διευκόλυνση τις αγορές. Τέλος ενημερώνει τους πελάτες για την εξέλιξη της παραγγελίας τους σε κάθε στάδιο.

## **1.2. Κατηγοριοποίηση Πελατών και Ανταγωνιστών**

Οι πελάτες της Altershops διαχωρίζονται σε όσους αγοράζουν από τα φυσικά καταστήματα και σε όσους αγοράζουν από το ψηφιακό κατάστημα. Το 82% προέρχεται από τα φυσικά καταστήματα, με το 56% από τα καταστήματα της Αθήνας και το 18% από το ψηφιακό κατάστημα.

Οι ανταγωνιστές θα κατηγοριοποιηθούν με βάση το βαθμό στον οποίο ανταγωνίζονται είτε τα φυσικά είτε τα ψηφιακά καταστήματα της Altershops.

Ένας ανταγωνιστής κυρίως φυσικών καταστημάτων είναι η JD Sports στην Ελλάδα, η οποία επεκτείνεται γρήγορα και πραγματοποιεί εξαγορές. Επιπλέον, στην ελληνική αγορά δραστηριοποιούνται φυσικά παραρτήματα ξένων εταιρειών όπως τα Zara, H&M, Pull&Bear, Bershka, Adidas και Tommy Hilfiger. Επίσης ανταγωνιστές με διαφοροποιημένα προϊόντα είναι τα Foot Locker, Snipes και Urban Outfitters. Στον εγχώριο χώρο, καθιερωμένοι ανταγωνιστές είναι η Zakcret, η οποία σημειώνει ταχεία ανάπτυξη, η Cosmos Sport και η Intersport. Παράλληλα υπάρουν νέοι εισερχόμενοι όπως η Funky Buddha, η Staff Jeans και η American Stars.

Στους ανταγωνιστές ψηφιακών καταστημάτων περιλαμβάνονται οι διεθνείς παίκτες Asos, Shein, About You, Zalando, Amazon και Fashion Nova οι οποίοι εξυπηρετούν την ελληνική αγορά μέσω e-shops. Οι ανταγωνιστές που αναφέρθηκαν παραπάνω σε φυσικά καταστήματα αποτελούν ταυτόχρονα ψηφιακοί ανταγωνιστές μέσω των online καταστημάτων τους. Η εταιρεία ανταγωνίζεται άμεσα όσες επιχειρήσεις βρίσκονται σε πλατφόρμες όπως το Skroutz, το Best Price και το Glami και διαθέτουν παρόμοια προϊόντα.

## **1.3. Προμηθευτές Altershops**

Η εταιρεία προμηθεύεται τα προϊόντα της μέσω τριών βασικών τύπων συνεργασίας: απευθείας εισαγωγές από το εξωτερικό, συνεργασία με διανομείς στην Ελλάδα και συνεργασία με εξουσιοδοτημένους αντιπροσώπους.

Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει διεθνείς εταιρείες, όπως η VF Corporation, από την οποία προμηθεύεται τα προϊόντα Timberland και μέσω της θυγατρικής VF Hellas τα Vans, The North Face και Dickies. Επιπλέον, για τα προϊόντα Tommy Hilfiger, η εταιρεία συνεργάζεται με την PVH Corp., ενώ για το Replay συνεργάζεται με την Fashion Box S.p.A., τον επίσημο διανομέα στην Ευρώπη. Οι συνεργασίες αυτές περιλαμβάνουν τη διαχείριση της προμήθειας μέσω των κεντρικών διανομέων των εταιρειών.

Η δεύτερη κατηγορία αφορά διανομείς στην ελληνική αγορά, όπως η Adidas Hellas για τα προϊόντα Adidas, η Nike Greece για τα Converse και η Pentland Group για τα προϊόντα Lacoste. Αυτοί οι διανομείς λειτουργούν ως ενδιάμεσοι, διασφαλίζοντας τη διανομή και την υποστήριξη των προϊόντων στις τοπικές αγορές.

Τέλος, η τρίτη κατηγορία περιλαμβάνει εξουσιοδοτημένους αντιπροσώπους στην Ελλάδα. Για παράδειγμα, η εταιρεία συνεργάζεται με την AWWG (All We Wear Group) για τα Pepe Jeans και Hackett, με την Global Brands Group για το Dr. Martens, και με τη Notos Com Holdings για τα Polo Ralph Lauren. Οι εξουσιοδοτημένοι αντιπρόσωποι αναλαμβάνουν την επίσημη διανομή και την υποστήριξη των προϊόντων στην ελληνική αγορά.

## **1.4. Συνεργάτες Altershops**

H Altershops συνεργάζεται με το Wizard Digital Agency για την πλήρη υποστήριξη του τμήματος marketing. Συγκεκριμένα, η Wizard Digital Agency διαχειρίζεται το Search Engine Optimization (SEO) του ψηφιακού καταστήματος. Eπίσης διαχειρίζεται τα social media της Altershops. Παράλληλα, αναλαμβάνει τις διαφημιστικές καμπάνιες μέσω Google Ads και Meta Ads (Facebook, Instagram). Η επικοινωνία και συνεργασία γίνεται απο το τήμα του e-shop, για την αποστολή ψηφιακού περιεχομένου, καθορισμός στρατηγικής και ανατροφοδότηση.

Η Altershops συνεργάζεται επίσης με την Foxline Solutions για την υποστήριξη του ERP SoftOne και του BusinessObjects του SAP. Παραμετροποιεί και προσαρμόζει το SoftOne στις ανάγκες της επιχείρησης. Διαχειρίζεται τα δικαιόματα πρόσβασης, αυτοματοποιεί διαδικασίες και προσφέρει τεχνική υποστήριξη για την επίλυση προβλημάτων και τέλος, εξασφαλίζει τη διασύνδεση με βάση δεδομένων MySQL. Επίσης, υποστηρίζει την Altershops στο BusinessObjects της SAP, δημιουργώντας αυτοματοποιημένα, προσαρμοσμένα reports για τις ανάγκες της επιχείρησης και διαχειρίζεται την πρόσβαση σε αυτά. Η επικοινωνία με την Foxline γίνεται μέσω του retail manager και επηρεάζει συνολικά το εμπορικό τμήμα της Altershops.

Η AfterNet υποστηρίζει το ψηφιακό κατάστημα της Altershops. Διαχειρίζεται την υποδομή, τη διαθεσιμότητα, την ταχύτητα και την ασφάλεια της ιστοσελίδας. Υποστηρίζει την διασύνδεση με το SoftOne, την επίλυση προβλημάτων του e-shop και την συνεχή συντήρηση. Η συνεργασία και επικοινωνία γίνεται από τον υπεύθυνο ψηφιακού καταστήματος.

H Altershops συνεργάζεται με την PwC Greece για την υποστήριξη του λογιστικού τμήματος, προσφέροντας υπηρεσίες σε χρηματοοικονομικά, φορολογία, μισθοδοσία, συμμόρφωση, και διαχείριση κινδύνου, καθώς και στρατηγικές επενδύσεων.

## **1.5. Εγκαταστάσεις Altershops**

Η Altershops διαθέτει 10 φυσικά καταστήματα, ένα ψηφιακό κατάστημα, μία αποθήκη και κεντρικά γραφεία. Τα καταστήματα διαφέρουν σε μέγεθος και οργανωτική διάταξη, με τον αριθμό των εργαζομένων να κυμαίνεται από 4 έως 7 άτομα ανά κατάστημα. Στα καταστήματα, τα προϊόντα είναι τοποθετημένα σε κρεμάστρες, ενώ η διάταξη και η ποικιλία των προϊόντων διαφέρει από κατάστημα σε κατάστημα. Όλα τα καταστήματα διαθέτουν δοκιμαστήρια με κρεμάστρες και καθρέφτες, ενώ σε κάποια καταστήματα υπάρχουν και καναπεδάκια ή καρέκλες για την δοκιμή παπουτσιών. Επιπλέον, υπάρχουν ταμεία, υπολογιστές και ψηφιακά τερματικά για την καταγραφή των συναλλαγών και των αποθεμάτων. Όλα τα καταστήματα πληρούν τα πρωτόκολλα ασφαλείας, με πυροσβεστήρες τοποθετημένους σε στρατηγικά σημεία. Σε ορισμένα καταστήματα υπάρχουν εσωτερικές αποθήκες για την αποθήκευση επιπλέον αποθεμάτων, μη ορατές από τους πελάτες.

Στα κεντρικά γραφεία της Altershops στεγάζονται διάφορα τμήματα, όπως η κεντρική διοίκηση, το τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού (HR), το εμπορικό τμήμα, το τμήμα Λιανικής Πώλησης και το τμήμα Πληροφορικής, το οποίο διαχειρίζεται το ηλεκτρονικό κατάστημα. Επίσης, παρέχει υπηρεσίες ο εξωτερικός συνεργάτης του λογιστηρίου. Στον ίδιο χώρο βρίσκονται οι γραφίστες και το στούντιο φωτογράφισης προϊόντων για το ψηφιακό κατάστημα και τις διαφημιστικές καμπάνιες. Οι υποδομές περιλαμβάνουν αίθουσες συναντήσεων, φωτοτυπικό/πολυμηχάνημα κοινής χρήσης και υπολογιστές για την παρακολούθηση δεδομένων.

Το ψηφιακό κατάστημα της εταιρείας είναι αναπτυγμένο στην πλατφόρμα PrestaShop, φιλοξενείται σε υποδομή cloud hosting και συνδέεται με το ERP σύστημα SoftOne. Επίσης, το κατάστημα είναι συνδεδεμένο με τρίτα συστήματα, όπως τραπεζικά ιδρύματα (Τράπεζα Πειραιώς, Eurobank, Alpha Bank, PayPal) και υπηρεσίες courier για την αποστολή παραγγελιών.

Η εταιρεία διαθέτει αποθήκη 500 τ.μ., η οποία περιλαμβάνει διαχωρισμένες ζώνες για την αποθήκευση προϊόντων και ράφια για την οργάνωσή τους. Υπάρχουν υποδομές για φόρτωση και εκφόρτωση εμπορευμάτων, όπως πύλες και πλατφόρμες. Ο χώρος είναι εξοπλισμένος με φορητά τερματικά (σκάνερ) για την παρακολούθηση των αποθεμάτων και υπολογιστές για πρόσβαση στο SoftOne. Το van για τις μεταφορές διαθέτει RFID. Η αποθήκη διαθέτει σύστημα ασφαλείας με κάμερες CCTV και ελεγχόμενη είσοδο με σύστημα κλειδώματος.

## **1.6. Επιχειρησιακές Λειτουργίες**

Η διαδικασία της προμήθειας προϊόντων ξεκινά με την επιλογή brand και την επικοινωνία με ένα από τα τρία διαθέσιμα κανάλια προμήθειας. Εφόσον εγκριθεί η συνεργασία, ακολουθεί διαπραγμάτευση των οικονομικών όρων, όπως ποσοστά έκπτωσης, τρόπος και συχνότητα πληρωμής. Ορισμένοι προμηθευτές επιβάλλουν γεωγραφικούς ή εμπορικούς περιορισμούς στη διάθεση των προϊόντων. Ακολουθεί ο δειγματισμός της νέας συλλογής, περίπου έναν χρόνο πριν την κυκλοφορία. Η παρουσίαση πραγματοποιείται πλέον κυρίως ψηφιακά. Η επιλογή προϊόντων βασίζεται σε δεδομένα πωλήσεων από όλα τα καταστήματα, χωρίς τη χρήση αλγορίθμου πρόβλεψης· η τελική απόφαση λαμβάνεται εμπειρικά. Στο τέλος κάθε σεζόν, οι προμηθευτές αξιολογούνται μέσω SAP με βάση την κερδοφορία, τον ρυθμό πωλήσεων (sale-out), την τιμή, την ταχύτητα πώλησης και τη ρευστοποίηση αποθεμάτων. Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης καθοδηγούν τις μελλοντικές παραγγελίες και τη διαμόρφωση της στρατηγικής προϊόντων.

Το e-shop δεν διαθέτει αυτόνομη αποθήκη· η συλλογή των προϊόντων για τις online παραγγελίες πραγματοποιείται από τα φυσικά καταστήματα. Κάθε παραγγελία αντιστοιχίζεται αυτόματα στο κατάστημα που θα την εξυπηρετήσει, βάσει ιεραρχίας που λαμβάνει υπόψη τη διαθεσιμότητα του προϊόντος, τη ζήτηση σε κάθε σημείο πώλησης και την κινητικότητα αποθεμάτων. Η επιλογή αποστολής επιδιώκει την αποσυμφόρηση σημείων με χαμηλή ροή προϊόντων και την αποφυγή αποθεμάτων νεκρής ζήτησης. Η παρακολούθηση και διαχείριση των αποθεμάτων πραγματοποιείται σε πραγματικό χρόνο μέσω του ERP συστήματος SoftOne. Το σύστημα συνδέει όλα τα φυσικά καταστήματα, το e-shop και τις λοιπές επιχειρησιακές λειτουργίες, εξασφαλίζοντας ενοποιημένη και συγχρονισμένη εικόνα αποθεμάτων σε όλα τα κανάλια πώλησης.

Στα φυσικά καταστήματα κάθε Δευτέρα, αποστέλλονται αυτοματοποιημένα reports μεταφορών αποθέματος. Οι εργαζόμενοι σαρώνουν τα προϊόντα μέσω τερματικών και τα προετοιμάζουν για αποστολή. Ο οδηγός παραλαμβάνει δύο φορές την ημέρα, χωρίς σταθερό ωράριο. Κατά την παραλαβή, γίνεται εκ νέου σάρωση και τοποθέτηση στα ράφια.

# **2. Οργανωσιακή δομή και κύριοι ρόλοι του οργανισμού**

## **2.1 Διοίκηση Altershops**

Η Altershops διοικείται από δύο αδέλφια **CEO** που έχουν ίδιες αρμοδιότητες και κοινή ευθύνη για τη συνολική λειτουργία της επιχείρησης. Δεν υπάρχει επίσημος διαχωρισμός αρμοδιοτήτων μεταξύ τους, και λειτουργούν ως ενιαίο εκτελεστικό κέντρο. Οι δύο CEO χαράζουν τη στρατηγική πολιτική της εταιρείας και ορίζουν την οργανωτική κατεύθυνση, δηλαδή πώς λειτουργούν τα επιμέρους τμήματα, τι προτεραιότητες έχει η εταιρεία και πώς κατανέμονται οι βασικοί πόροι. Παράλληλα, καθορίζουν την εσωτερική κουλτούρα της επιχείρησης, δηλαδή τις αρχές συνεργασίας, την προσέγγιση στη διοίκηση προσωπικού και την καθημερινή λειτουργία με βάση διαδικασίες και όχι προσωπικές κρίσεις. Επιβλέπουν σε τακτική βάση τα επιχειρησιακά δεδομένα (πωλήσεις, αποθέματα, παραγγελίες, απόδοση καταστημάτων, προσωπικό, κόστος) και εξετάζουν αν οι δείκτες είναι ευθυγραμμισμένοι με τους στόχους. Εφόσον εντοπίσουν αποκλίσεις, ζητούν αναπροσαρμογές από τις διευθύνσεις. Παίρνουν αποφάσεις για θέματα διατομεακά, δηλαδή όταν απαιτείται συντονισμός πολλών τμημάτων ή αλλαγή σε κάτι που επηρεάζει ολόκληρη την εταιρεία (όπως αλλαγή ERP, νέα αποθήκη, νέα διαδικασία logistics). Εγκρίνουν πολιτικές προσλήψεων, αξιολόγησης και πλάνων εκπαίδευσης, καθώς και τις βασικές ροές σε εμπορικές και επιχειρησιακές λειτουργίες.

Επιπλέον, έχουν την ευθύνη για τον τελικό καθορισμό των παραγγελιών εμπορευμάτων ανά σεζόν, καθώς βασίζονται σε ανάλυση επίδοσης της προηγούμενης περιόδου, τις τάσεις της αγοράς και εμπειρικά δεδομένα, με στόχο τη βελτιστοποίηση των επιλογών προϊόντων σε επίπεδο κωδικών, ποσοτήτων και κατηγοριών. Αναπόσπαστο μέρος των αρμοδιοτήτων τους αποτελεί και η αξιολόγηση της αποδοτικότητας της τρέχουσας σεζόν, προκειμένου να διαμορφώνονται οι παραγγελίες της επόμενης περιόδου. Η διαδικασία αυτή βασίζεται σε ανάλυση επιχειρησιακών δεδομένων μέσω SAP, με έμφαση σε δείκτες όπως το περιθώριο κέρδους ανά κωδικό, το ποσοστό πώλησης (sale-out), η ταχύτητα ρευστοποίησης και το πλήθος των προϊόντων που πωλήθηκαν χωρίς έκπτωση. Οι CEO παρακολουθούν αυτές τις μεταβλητές και λαμβάνουν αποφάσεις για τη διατήρηση ή αναθεώρηση συνεργασιών, καθώς και για τη σύνθεση και το εύρος της μελλοντικής συλλογής, στηριζόμενοι σε ποσοτική τεκμηρίωση και στρατηγικά κριτήρια.

Η Altershops οργανώνει τη δραστηριότητά της γύρω από έξι βασικές λειτουργικές περιοχές: τα φυσικά καταστήματα, το ηλεκτρονικό κατάστημα, την εμπορική διαχείριση, την αποθήκευση και εφοδιαστική αλυσίδα, τη διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού και την κεντρική διοίκηση. Αυτές οι περιοχές συνεργάζονται συνεχώς για να εξασφαλίσουν την ομαλή και αποδοτική λειτουργία της επιχείρησης.

## **2.2. Λειτουργική περιοχή τμήματος Δικτύου Φυσικών Καταστημάτων.**

Ο **Retail Manager** έχει την πλήρη ευθύνη για τη λειτουργική διαχείριση του συνόλου των φυσικών καταστημάτων της επιχείρησης, τα οποία αριθμούν δέκα. Ο ρόλος του επικεντρώνεται στον συντονισμό, την εποπτεία και τον έλεγχο των καθημερινών λειτουργιών σε επίπεδο καταστήματος, με στόχο τη διασφάλιση της ομοιόμορφης εφαρμογής των προβλεπόμενων επιχειρησιακών διαδικασιών. Ο Retail Manager ορίζει τα πρωτόκολλα λειτουργίας, οργανώνει τις επιθεωρήσεις συμμόρφωσης, εγκρίνει τις αλλαγές σε διαδικασίες που αφορούν προσωπικό, αποθέματα, ωράρια και παραλαβές, και αποτελεί τον συνδετικό κρίκο μεταξύ της διοίκησης και των καταστημάτων. Επιπλέον, συνεργάζεται με τα τμήματα logistics, HR και αποθήκης για την επίλυση λειτουργικών ζητημάτων που ανακύπτουν κατά την καθημερινή δραστηριότητα των σημείων πώλησης.

Ο **Retail Assistant** υποστηρίζει τον Retail Manager στην παρακολούθηση της λειτουργίας των δέκα καταστημάτων της επιχείρησης. Αναλαμβάνει επιτόπιες επισκέψεις στα καταστήματα, με σκοπό τον έλεγχο της εφαρμογής διαδικασιών που σχετίζονται με τις βάρδιες, την παραλαβή εμπορευμάτων, την ενημέρωση ραφιών και την ταμειακή λειτουργία. Επιπλέον, συλλέγει και καταγράφει λειτουργικά δεδομένα (όπως ανάγκες προσωπικού, προβλήματα αποθέματος ή τεχνικές δυσλειτουργίες) και τα προωθεί στον Retail Manager για επίλυση. Ο ρόλος του είναι καθαρά υποστηρικτικός και συντονιστικός, χωρίς διοικητική αρμοδιότητα, και εστιάζει στη διασφάλιση της λειτουργικής συνέπειας μεταξύ των καταστημάτων μέσω της παρακολούθησης και εφαρμογής οδηγιών.

Ο **Store Manager** είναι υπεύθυνος για την πλήρη διαχείριση του εκάστοτε καταστήματος. Ο ρόλος του περιλαμβάνει την οργάνωση και εκτέλεση όλων των καθημερινών διαδικασιών, όπως η διαχείριση προσωπικού (βάρδιες, άδειες), η παρακολούθηση αποθεμάτων, οι παραλαβές εμπορευμάτων και η τήρηση των διαδικασιών ασφάλειας και καθαριότητας του καταστήματος. Παράλληλα, διασφαλίζει την ακρίβεια της ταμειακής διαχείρισης και της εσωτερικής καταγραφής κινήσεων. Αποτελεί το βασικό σημείο αναφοράς για την εφαρμογή των λειτουργικών κατευθύνσεων που ορίζονται από το Retail και λειτουργεί ως ενδιάμεσος φορέας ελέγχου.

Ο **Assistant Store Manager** λειτουργεί επικουρικά προς τον Store Manager, αναλαμβάνοντας επιμέρους αρμοδιότητες διαχείρισης και εποπτείας. Υποστηρίζει την ομαλή κατανομή εργασιών στο προσωπικό, παρακολουθεί τις ημερήσιες λειτουργίες του καταστήματος και επιβλέπει την εφαρμογή εσωτερικών διαδικασιών (π.χ. ενημέρωση ραφιού, έλεγχος αποθεμάτων, διαχείριση επιστροφών). Επιπλέον, υποκαθιστά τον Store Manager σε περιπτώσεις απουσίας και φροντίζει για τη διατήρηση της λειτουργικής σταθερότητας του καταστήματος. Ο ρόλος του είναι κυρίως εκτελεστικός και οργανωτικός, με στόχο τη συμμόρφωση με τις προβλεπόμενες διαδικασίες.

Οι **Salesmen** έχουν ως κύρια αρμοδιότητα την εκτέλεση των διαδικασιών που σχετίζονται με την παρουσίαση και διαχείριση προϊόντων εντός του καταστήματος. Ειδικότερα, αναλαμβάνουν την ταξινόμηση και αναπλήρωση των ραφιών, τη σήμανση τιμών σύμφωνα με τις εσωτερικές οδηγίες, την καταγραφή αποθεμάτων σε τακτά χρονικά διαστήματα και την αναφορά ελλείψεων ή προβλημάτων προς τον Assistant Store Manager. Παράλληλα, εφαρμόζουν τις διαδικασίες ταμειακής εξυπηρέτησης, επιστροφών και αλλαγών βάσει πρωτοκόλλου. Ο ρόλος τους είναι καθαρά λειτουργικός και εκτελεστικός, χωρίς εμπλοκή σε διοικητικά ή εμπορικά ζητήματα.

## **2.3. Λειτουργική περιοχή τμήματος Ηλεκτρονικού Καταστήματος.**

Η ομάδα **E-shop Management** είναι υπεύθυνη για την εσωτερική διαχείριση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας από τεχνική και οργανωτική σκοπιά. Παρακολουθεί την κατάσταση διαθεσιμότητας προϊόντων, εκτελεί ελέγχους συνέπειας δεδομένων μεταξύ φυσικής αποθήκης και ψηφιακής αποτύπωσης και φροντίζει για την ορθότητα των πληροφοριών που εισάγονται στο σύστημα. Επιπλέον, συντονίζει την καταχώρηση νέων κωδικών, την ανανέωση υπάρχοντων και την εσωτερική ροή δεδομένων προς τις ομάδες αποθήκης και εξυπηρέτησης. Ο ρόλος επικεντρώνεται στην ακεραιότητα και ακρίβεια των λειτουργικών δεδομένων της πλατφόρμας, χωρίς εμπλοκή σε εμπορικές αποφάσεις ή εξωτερικές επικοινωνίες.

Το τμήμα **Customer Service** διαχειρίζεται τις διαδικασίες επικοινωνίας και υποστήριξης που σχετίζονται με τις παραγγελίες του ηλεκτρονικού καταστήματος. Οι λειτουργίες του περιλαμβάνουν την παραλαβή και καταγραφή αιτημάτων (π.χ. ακυρώσεις, αλλαγές, καθυστερήσεις), την αξιολόγηση των αιτημάτων βάσει λειτουργικών κριτηρίων και την ανακατεύθυνση των περιπτώσεων σε εσωτερικά τμήματα (logistics, αποθήκη, οικονομική διαχείριση) όπου απαιτείται παρέμβαση. Το τμήμα ακολουθεί εσωτερικά πρότυπα ανταπόκρισης και κατηγοριοποίησης αναφορών, με στόχο την καταγραφή αποκλίσεων στη λειτουργία και την παροχή τεχνικής πληροφόρησης προς τους χρήστες. Η δραστηριότητά του αφορά καθαρά τη διεκπεραίωση λειτουργικών διαδικασιών και την επικοινωνία βάσει εσωτερικών πρωτοκόλλων, χωρίς διαφημιστικό ή εμπορικό χαρακτήρα.

## **2.4. Λειτουργική περιοχή Εμπορικού Τμήματος.**

Το **εμπορικό τμήμα** της Altershops είναι υπεύθυνο για τη διαχείριση του εμπορικού κύκλου των προϊόντων, από την επιλογή και την προμήθεια μέχρι την κυκλοφορία και την παρακολούθηση των αποδόσεών τους. Η λειτουργία του είναι κρίσιμη, καθώς καθορίζει το ποια προϊόντα εισέρχονται στην αλυσίδα και πώς αυτά διατίθενται στα φυσικά και ψηφιακά καταστήματα.

Το τμήμα αναλύει σε μόνιμη βάση δεδομένα αγορών, πωλήσεων, αποθεμάτων και κύκλων ζωής προϊόντων, ώστε να λαμβάνονται αποφάσεις βασισμένες σε πραγματικά στοιχεία. Διαχειρίζεται το assortment planning, δηλαδή τον σχεδιασμό του συνόλου των προϊόντων που θα διατεθούν ανά σεζόν και ανά κατάστημα. Φροντίζει ώστε η γκάμα να είναι εναρμονισμένη με τα επιχειρησιακά δεδομένα και τους χώρους αποθήκευσης. Οι βασικές του αρμοδιότητες περιλαμβάνουν: την έρευνα και επιλογή νέων συλλογών, την επικοινωνία με προμηθευτές (εγχώριους και διεθνείς), την παραγγελιοδοσία, την εποπτεία του κύκλου ζωής των κωδικών (από την εισαγωγή στην αποθήκη έως την απόσυρση) και τον έλεγχο των όρων αγοράς.

Είναι επίσης υπεύθυνο για τη διαχείριση των περιόδων εκπτώσεων βάσει εσωτερικών κριτηρίων αποθεμάτων και πωλήσεων, όχι βάσει επικοινωνιακής στρατηγικής. Σε τακτική βάση συνεργάζεται με τα τμήματα logistics και αποθήκης, για να εξασφαλίσει ότι τα προϊόντα που επιλέγονται μπορούν να υποστηριχθούν με σωστή ροή και αποθέματα. Επίσης συνεργάζεται με το τμήμα e-commerce αποκλειστικά σε επίπεδο διαθεσιμότητας προϊόντων, χωρίς να εμπλέκεται στο πώς αυτά προβάλλονται ή επικοινωνούνται προς τους καταναλωτές. Το εμπορικό τμήμα δεν ασχολείται με προώθηση ή branding. Δεν είναι υπεύθυνο για καμπάνιες, περιεχόμενο, marketing ή εξυπηρέτηση πελατών. Η δουλειά του είναι καθαρά εσωτερική και σχετίζεται με τη διαχείριση του προϊόντος ως "στοιχείο αποθέματος", όχι ως εικόνα.

## **2.5. Λειτουργική περιοχή τμήματος Ανθρώπινου Δυναμικού.**

Το **Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού** το οποίο αποτελείται από 2 άτομα είναι υπεύθυνο για τη διαχείριση όλων των διαδικασιών που αφορούν στον κύκλο ζωής του προσωπικού, από την πρόσληψη έως και την αποχώρηση. Η λειτουργία του εστιάζει στη διασφάλιση της εύρυθμης κατανομής ανθρώπινου δυναμικού στους τομείς λιανικής, αποθήκης, εξυπηρέτησης πελατών και διοικητικών υπηρεσιών.

Το HR εφαρμόζει δομημένες διαδικασίες για την επιλογή προσωπικού με βάση τις λειτουργικές ανάγκες που ανακύπτουν ανά κατάστημα ή τμήμα. Αναλαμβάνει τη διαχείριση των σχετικών συμβάσεων, καθώς και την παρακολούθηση των ωραρίων, των απουσιών, των αδειών και των υπερωριών, σε συνεργασία με εργαλεία παρουσιολογίου και υποστήριξης μισθοδοσίας.

Επιπλέον, το τμήμα φροντίζει για την τυπική οργάνωση της ένταξης νέων εργαζομένων, ενώ συντονίζει την παροχή βασικής εκπαίδευσης και την περιοδική αξιολόγηση της απόδοσης σε συνεργασία με τις διευθύνσεις καταστημάτων. Η συμβολή του HR παραμένει αμιγώς διαδικαστική και εσωστρεφής, επικεντρωμένη στη συμμόρφωση με τις εσωτερικές πολιτικές και τη νομοθεσία εργασίας, χωρίς ανάμειξη σε θέματα εταιρικής εικόνας ή εξωστρεφούς δραστηριότητας.

## **2.6. Λειτουργική περιοχή Αποθήκης και εφοδιαστικής αλυσίδας.**

Ο τομέας της αποθήκης και εφοδιαστικής αλυσίδας της Altershops είναι υπεύθυνος για τη φυσική και διοικητική διαχείριση του αποθέματος, καθώς και για τον έλεγχο και τη ροή των εμπορευμάτων από και προς τα καταστήματα και το ηλεκτρονικό κατάστημα.

Ο **Warehouse Manager** έχει την ευθύνη για την επιχειρησιακή λειτουργία της αποθήκης. Συντονίζει τις καθημερινές εργασίες φόρτωσης, εκφόρτωσης, αποθήκευσης, διακίνησης προϊόντων και διασφαλίζει την εφαρμογή διαδικασιών απογραφής, παραλαβών και τήρησης αποθεμάτων. Επιβλέπει άμεσα το προσωπικό αποθήκης και συνεργάζεται με τα υπόλοιπα τμήματα για την κάλυψη των λειτουργικών αναγκών.

Το προσωπικό **Packaging Staff** που αποτελείται από 3 άτομα εκτελεί καθήκοντα συσκευασίας και προετοιμασίας παραγγελιών, τόσο για αποστολές e-shop όσο και για μεταφορές μεταξύ αποθηκών ή καταστημάτων. Ακολουθούνται πρότυπες διαδικασίες συσκευασίας για λόγους ακρίβειας, ασφάλειας και ιχνηλασιμότητας.

Οι τρείς **Stock Controllers** είναι υπεύθυνοι για τον συνεχή έλεγχο των αποθεμάτων. Παρακολουθούν αποκλίσεις, εκτελούν τακτικές απογραφές, επιβεβαιώνουν τις φυσικές ποσότητες έναντι των καταγεγραμμένων και συνεργάζονται με τα τμήματα πωλήσεων και e-shop για τη διασφάλιση διαθεσιμότητας σε πραγματικό χρόνο.

Ο ρόλος του **Shipping Coordinator** αφορά στον προγραμματισμό και την εκτέλεση των αποστολών. Ελέγχει καθημερινά τη ροή παραγγελιών, οργανώνει τη συνεργασία με μεταφορικές εταιρείες και διαχειρίζεται την εκτύπωση παραστατικών και ετικετών. Επίσης, παρακολουθεί τα χρονικά όρια αποστολής και φροντίζει για την αποτροπή καθυστερήσεων ή σφαλμάτων διακίνησης.

# **3. Ανάλυση διαδικασιών**

## **1. Εμπορικός Σχεδιασμός & Κύκλος Παραγγελιών**

Σκοπός: Ο προγραμματισμός και η υλοποίηση της ετήσιας και εποχιακής εμπορικής πολιτικής, μέσω ανάλυσης δεδομένων, επιλογής προϊόντων, επικοινωνίας και συνεργασίας με προμηθευτές και ορθής παρακολούθησης της παραγγελίας και απόδοσης της σεζόν.

**1.1 Ανάλυση & Σχεδιασμός σεζόν**

**1.1.1 Ανάλυση επίδοσης προηγούμενης σεζόν μέσω Business Objects**

* Ο εμπορικός διευθυντής και οι δύο CEO πραγματοποιούν εξαγωγή KPIs της προηγούμενης περιόδου, μέσω SAP Business Objects, όπως πωλήσεις ανά brand, κωδικό και κατηγορία, απόδοση ανά κατάστημα και ποσοστά ρευστοποίησης.
* Μελετούν τα KPIs όπως το sell-out ανά κωδικό, ποσοστό πωλήσεων σε περίοδο εκπτώσεων, κερδοφορία ανά κατηγορία, ρυθμό ρευστοποίησης αποθεμάτων και έλλειψη/πλεόνασμα αποθεμάτων περιόδου.
* Εντοπίζουν και σημειώνουν ποια brands ή προϊόντα δεν απέδωσαν και ποια σημείωσαν σημαντική επίδοση.

**1.1.2 Ανάλυση τάσεων αγοράς και benchmarking**

* Οι CEO παρακολουθούν διεθνείς τάσεις από fashion weeks, digital lookbooks και προβλέψεις από WSGN.
* Συγκρίνουν την πορεία ανταγωνιστικών brands και χρησιμοποιούν peer benchmarking σε B2B πλατφόρμες.
* Συλλέγουν feedback από τα φυσικά καταστήματα και το e-shop για τάσεις και προτιμήσεις πελατών

**1.1.3 Σχεδιασμός εμπορικής πολιτικής ανά κατηγορία**

* Καθορίζεται ο στόχος πωλήσεων και ποσοστό διανομής ανά κατηγορία προϊόντων και brands.
* Καθορίζονται στόχοι σε επίπεδο περιθωρίου κέρδους, αποθέματος, ποικιλίας προϊόντων ανά κατάστημα, τιμών στόχου και ο όγκου ανά γκάμα.

**1.2 Επιλογή και δειγματισμός προϊόντων**

**1.2.1 Επικοινωνία με προμηθευτές & ηλεκτρονικός ή φυσικός δειγματισμός**

* Οι CEO επικοινωνούν με προμηθευτές μέσω email ή τηλεδιάσκεψης και προγραμματίζουν δειγματισμούς φυσικά ή ηλεκτρονικά.
* Εφόσον είναι δυνατόν, πραγματοποιείται φυσική επίσκεψη στις εγκαταστάσεις των προμηθευτών ή showroom για να δουν από κοντά τα δείγματα.
* Καταγράφεται wishlist προϊόντων ανά κατηγορία για περαιτέρω αξιολόγηση.
* Εναλλακτικά, γίνεται ψηφιακός δειγματισμός με φωτογραφίες, τιμοκαταλόγους και τεχνικά χαρακτηριστικά.
* Κατά τον ψηφιακό δειγματισμό, οι CEO αξιοποιούν excel templates για σχηματισμό wishlist.

**1.2.2 Επιλογή brand και κωδικών**

* Οι CEO λαμβάνουν παρατηρούν τα αποτελέσματα της ανάλυσης από προηγούμενες σεζόν μέσω SoftOne και excel και τη στρατηγική positioning κάθε brand.
* Επικυρώνονται τα brands που θα συμπεριληφθούν αυτή τη σεζόν.
* Επιλέγονται συγκεκριμένοι κωδικοί προϊόντων ανά brand και γίνεται διαστασιολόγηση σε χρώματα και μεγέθη.
* Οι επιλογές εισάγονται σε templates.

**1.2.3 Κατανομή ποσότητας βάσει εμπειρικής και στατιστικής πρόβλεψης**

* Ορίζονται οι ποσότητες ανά προϊόν, σύμφωνα με KPIs της ανάλυσης από το SAP Business Object αλλά και εμπειρικής πρόβλεψης.
* Εκτελείται η κατανομή ποσοτήτων ανά σημείο πώλησης με βάση ποσοτικά δεδομένα από το SoftOne ERP και ποιοτικά δεδομένα από τις προτιμήσεις των σημείων πώλησης, σύμφωνα με την εμπειρία των CEO.

**1.3 Διαπραγμάτευση & καταχώρηση παραγγελίας**

**1.3.1 Διαπραγμάτευση εμπορικών όρων**

* Οι δύο CEO και ο εμπορικός διευθυντής, σχεδιάζουν τους επιθυμητούς όρους της συμφωνίας όπως, τους όρους έκπτωσης, τον χρόνο πληρωμής, τις ημερομηνίες παράδοσης, τις ελάχιστες ποσότητες παραγγελίας, και τους όρους επιστροφών.
* Οι CEO διαπραγματεύονται με τον κάθε προμηθευτή τους όρους από κοντά ή μέσω email/τηλεδιάσκεψης και καταλήγουν στις τελικές συμφωνίες.
* Αποτυπώνουν τα αποτελέσματα σε excel ή έντυπο συμφωνητικό.

**1.3.2 Επιβεβαίωση ημερομηνιών, μεταφορικών και καταχώρηση παραγγελίας στο ERP**

* Γίνεται η τελική επιβεβαίωση ημερομηνιών παραλαβής, σημείων αποστολής και υπεύθυνου μεταφοράς/courier.
* Οι CEO συντάσσουν το τελικό πλάνο εισαγωγής και το ενσωματώνουν σε πρότυπο excel ή σε template.
* Η παραγγελία καταχωρείται στο ERP SoftΟne, συμπεριλαμβάνοντας τιμές, ποσότητες, ημερομηνίες παραλαβής, όρους πληρωμής, παρατηρήσεις και σε ποια καταστήματα/αποθήκη προβλέπεται να εισαχθεί κάθε προϊόν**.**

**1.3.3 Παρακολούθηση κατάστασης παραγγελίας και επικοινωνία με τους προμηθευτές**

* Το εμπορικό τμήμα διατηρεί αρχείο παραγγελιών ανά supplier και ελέγχει εβδομαδιαία την πρόοδο αποστολών, μέσω ERP.
* Σε καθυστερήσεις ή προβλήματα με logistics, επανέρχονται στον προμηθευτή, μέσω email για διευκρινίσεις ή επαναπρογραμματισμό παραλαβών και αν υπάρξει αλλαγή η παραγγελία αναπροσαρμόζεται και γίνεται νέα ενημέρωση στο SoftOne.
* Τα updates μεταφέρονται και στο e-shop ή στην αποθήκη, ώστε να προετοιμαστούν αντίστοιχα για τις επικείμενες παραλαβές.

**1.4 Αξιολόγηση σεζόν και εμπορικής επίδοσης**

**1.4.1 Αξιολόγηση συνεργασίας με προμηθευτή**

* Οι CEO σε συνεργασία με το εμπορικό τμήμα προχωρούν στην αξιολόγηση κάθε προμηθευτή σε excel, χρησιμοποιώντας δείκτες όπως συνέπεια παραδόσεων, αξιοπιστία στις συμφωνημένες ποσότητες, συνεργασιμότητα κατά τις φάσεις παραγγελίας, υποστήριξη σε περιπτώσεις επιστροφών ή προβληματικών προϊόντων, τόσο από εσωτερικά reports του SoftOne όσο και από εμπειρικές αξιολογήσεις της επικοινωνίας.
* Καταγράφεται και αποφασίζεται η συνέχιση ή διακοπή της συνεργασίας, καθώς και το εύρος των μελλοντικών παραγγελιών.

**1.4.2 Παρακολούθηση KPIs**

* Μετά τη λήξη κάθε σεζόν, οι CEO μαζί με το εμπορικό τμήμα εξάγουν μέσω του SAP BusinessObjects και του ERP SoftOne αναλυτικά KPIs για την εμπορική απόδοση όπως, sale-out, περιθώριο κέρδους ανά κωδικό, μέσο χρόνο πώλησης, ποσοστό πωλήσεων χωρίς έκπτωση, αποθέματα νεκρής ζήτησης, και αριθμό επιστροφών
* Οι δείκτες συγκρίνονται με προηγούμενες περιόδους για τον εντοπισμό αποκλίσεων και με στόχους που είχαν τεθεί εξαρχής, και τεκμηριώνονται σε report που υποβάλλεται στους CEO για έγκριση και σχεδιασμό επόμενης σεζόν.

**1.4.3 Συγκριτική αξιολόγηση προϊόντων και brands**

* Πραγματοποιείται benchmarking εντός του ίδιου brandκαι μεταξύ διαφορετικών brands με αντίστοιχο positioning, αλλά και διαφορετικών υποκατηγοριών, μέσω SoftOne.
* Συγκρίνονται τα KPIs στα ίδια προϊόντα αλλά σε διαφορετικά σημεία πώλησης.
* Σημειώνονται σε excel οι επιτυχημένες κατηγορίες και brands ή σειρές, αλλά και αυτές που δεν απέδωσαν επαρκώς.

**1.4.4 Αναπροσαρμογή επιλογών βάσει επίδοσης**

* Οι CEO αποφασίζουν ποια brands θα διατηρηθούν, ποια θα μειωθούν ή θα διακοπούν, και προσαρμόζουν τα ποσοστά παραγγελίας ανά κατηγορία.
* Εξετάζεται η αναδιοργάνωση της τοποθέτησης προϊόντων στα καταστήματα, με βάση τις πωλήσεις ανά σημείο πώλησης.
* Οι επιλογές αυτές καταγράφονται στο πλάνο της επόμενης σεζόν μέσω excel και αποτελούν την αφετηρία για τον νέο δειγματισμό.

## **2. Διαχείριση Πωλήσεων και Εξυπηρέτησης σε Φυσικά και Ψηφιακά Καταστήματα**

Σκοπός: Η εξασφάλιση της εύρυθμης λειτουργίας των φυσικών και ηλεκτρονικών σημείων πώλησης της Altershops, με στόχο την άρτια εξυπηρέτηση πελατών, την ακριβή καταγραφή συναλλαγών, τη διαχείριση παραγγελιών και αποθεμάτων και τη διασύνδεση όλων των καναλιών πώλησης με το ERP.

**2.1 Πώληση προϊόντος σε φυσικό κατάστημα**

**2.1.1 Αναγνώριση αναγκών & παρουσίαση προϊόντων**

* Ο πωλητής προσεγγίζει και υποδέχεται τον πελάτη και επιχειρεί διάλογο για να κατανοήσει αν αναζητά προϊόν ένδυσης, υπόδησης ή αξεσουάρ, με βάση το φύλο, το στιλ και την περίσταση.
* Αφού εντοπίσει τις ανάγκες, παρουσιάζει διαθέσιμα προϊόντα, χρώματα και μεγέθη, αντίστοιχα από το ράφι ή την αποθήκη και προβαίνει σε δοκιμές στο δοκιμαστήριο.

**2.1.2 Ενημέρωση για προσφορές και διαθεσιμότητα**

* Ο πωλητής ενημερώνει τον πελάτη για ισχύουσες εκπτώσεις, προσφορές ή loyalty προγράμματα και ο πελάτης ζητάει προϊόντα.
* Ο πωλητής ενημερώνει τον πελάτη για την διαθεσιμότητα των ζητούμενων προϊόντων, μέσω της επίσκεψης του στην αποθήκη του καταστήματος και παρέχει εναλλακτικές αν κάποιο μέγεθος/χρώμα/προϊόν δεν είναι διαθέσιμο.
* Σε περίπτωση που το προϊόν που επιθυμεί ο πελάτης δεν είναι διαθέσιμο, ο πωλητής ελέγχει στο ERP αν είναι διαθέσιμο σε άλλα καταστήματα ή στο e-shop και ενημερώνει τον πελάτη αν το προϊόν μπορεί να παραγγελθεί για Click & Collect από εκείνο το κατάστημα ή από άλλο σημείο.

**2.1.3 Ολοκλήρωση πώλησης, καταχώρηση στο POS & έκδοση παραστατικού**

* Ο πωλητής μεταφέρει τα επιλεγμένα προϊόντα στο ταμείο και ο ταμίας σαρώνει τα επιλεγμένα προϊόντα στο POS, το οποίο τραβά πληροφορίες από το ERP για την τιμή, τον κωδικό, το ΦΠΑ και την κατηγορία.
* Καταγράφεται ο τρόπος πληρωμής. Αν πρόκειται για κάρτα, το POS διασυνδέεται με τον card reader και πραγματοποιεί έλεγχο εγκυρότητας, ενώ αν πρόκειται για μετρητά, το σύστημα υπολογίζει ρέστα και εάν ζητηθεί τιμολόγιο, εισάγονται ΑΦΜ, επωνυμία και διεύθυνση, ώστε να δημιουργηθεί το φορολογικά έγκυρο έγγραφο στο ERP.
* Το POS εκδίδει απόδειξη ή τιμολόγιο, το ERP καταχωρεί αυτόματα την κίνηση και ενημερώνει το διαθέσιμο απόθεμα του καταστήματος και ο ταμείας τοποθετεί την απόδειξη/τιμολόγιο στην σακούλα μαζί με τα προϊόντα και την παραδίδει στον πελάτη.

**2.2 Διαχείριση ηλεκτρονικής παραγγελίας**

**2.2.1 Λήψη και προβολή παραγγελίας μέσω e-shop/ERP**

* Ο πελάτης ολοκληρώνει την παραγγελία μέσω του PrestaShop. Η πλατφόρμα αποστέλλει αυτόματα πληροφορίες στο ERP SoftOne.
* Το SoftOne δημιουργεί αυτόματα παραστατικό ζήτησης. Το παραστατικό περιλαμβάνει πληροφορίες για τον κωδικό του προϊόντος, το μέγεθος, τον τρόπο αποστολής και τα στοιχεία του πελάτη.

**2.2.2 Ανάθεση παραγγελίας σε σημείο εκτέλεσης**

* Tο ERP αναγνωρίζει αυτόματα ποιο κατάστημα διαθέτει το μεγαλύτερο απόθεμα και βρίσκεται κοντά στον πελάτη και αντιστοιχίζει το κατάλληλο σημείο εκτέλεσης, στο οποίο ανατίθεται το παραστατικό ζήτησης.
* Ο υπεύθυνος καταστήματος του σημείου εκτέλεσης ενημερώνεται μέσω ERP, ελέγχει τις λεπτομέρειες της παραγγελίας στον πίνακα εργασιών του και εντοπίζει το προϊόν εντός του καταστήματος.
* Αφού εντοπιστεί το προϊόν, σαρώνεται ο κωδικός με scanner για επιβεβαίωση ταύτισης με το ERP. Το προϊόν συσκευάζεται πρόχειρα μαζί με το έντυπο της παραγγελίας (ή απόδειξη που επισυνάπτεται στο παραστατικό).
* Όλα τα συλλεχθέντα πακέτα τοποθετούνται σε σημείο αναμονής για την παραλαβή από τον οδηγό της Altershops.
* Ο οδηγός συλλέγει το πακέτο, το καταγράφει ως “παραληφθέν” και το μεταφέρει στην κεντρική αποθήκη.

**2.2.3 Συλλογή, πακετάρισμα & αποστολή σε μεταφορική**

* Ο οδηγός παραδίδει τα πακέτα με τα προϊόντα στην αποθήκη και οι stock controllers σαρώνουν το barcode από το παραστατικό και επιβεβαιώνει ότι παραδόθηκε σωστά από το κατάστημα και ότι τα χαρακτηριστικά του προϊόντος αντιστοιχούν στην παραγγελία που εμφανίζεται στο ERP.
* Το προϊόν παραδίδεται στο το packaging staff και τοποθετείται σε προστατευτικό υλικό και κουτί.
* Ο shipping coordinator εκτυπώνει την ετικέτα αποστολής με τα στοιχεία του πελάτη, την courier και τον αριθμό παραγγελίας.
* Το συσκευασμένο προϊόν τοποθετείται στο σημείο συλλογής της courier, οπού βρίσκονται οι ηλεκτρονικές παραγγελίες, μέχρι να τις παραλάβει η εταιρεία μεταφορικής η οποία περνά καθημερινά στις 18:00 και παραλαμβάνει όλες τις έτοιμες αποστολές.
* Όταν έρθει η μεταφορική, σκανάρεται η ετικέτα από τους stock controllers και έτσι ενημερώνεται το ERP για τη συλλογή και αποστολή, ώστε να αλλάξει η κατάσταση της παραγγελίας σε "Απεστάλη" και να ολοκληρωθεί η παραγγελία από το ERP.

**2.2.4 Ενημέρωση PrestaShop και πελάτη**

* Με την αλλαγή κατάστασης παραγγελίας στο ERP (σε “Απεστάλη”), αυτό συγχρονίζεται με το PrestaShop και εμφανίζεται στο website.
* Το PrestaShop αποστέλλει αυτόματο email στον πελάτη με τα στοιχεία αποστολής, τον αριθμό παρακολούθησης (tracking number) και την εταιρεία courier.
* Το σύστημα ενημερώνει και το ιστορικό παραγγελιών στον λογαριασμό του πελάτη, επιτρέποντάς του να παρακολουθεί την πορεία της αποστολής σε πραγματικό χρόνο.

**2.3 Τροφοδοσία Εμπορευμάτων στα Καταστήματα**

**2.3.1 Έλεγχος ελλείψεων από report και δημιουργία παραγγελίας ανατροφοδότησης**

* Κάθε εβδομάδα δημιουργείται αυτόματο report στο ERP από αλγόριθμο ο οποίος συγκρίνει τα αποθέματα των καταστημάτων και δημιουργεί την ανατροφοδότηση με στόχο την ισόρροπη κάλυψη και αποφυγή υπεραποθεμάτων ή ελλείψεων και εντοπίζει ποια προϊόντα πρέπει να μετακινηθούν, σε ποιο μέγεθος και χρώμα, και προς ποιο κατάστημα.
* Το report δημιουργεί παραστατικά ζήτησης και ο Store Manager κάθε καταστήματος το ελέγχει εβδομαδιαία και προετοιμάζει τα προϊόντα που πρέπει να αποσταλούν, με βάση τα στοιχεία που δίνει το παραστατικό.
* Ο υπεύθυνος αποθήκης παραδίδει στον οδηγό πρόγραμμα ενδοδιακινήσεων, σύμφωνα με το report.
* Η εμπορική ομάδα, εφόσον χρειάζεται, μπορεί να ζητήσει αναπροσαρμογές στο παραστατικό βάσει πωλήσεων, νέων τάσεων ή feedback πεδίου.

**2.3.2 Επιβεβαίωση αποθέματος & αποστολή προϊόντων προς κατάστημα**

* Οι υπάλληλοι του καταστήματος από το οποίο φεύγουν τα προϊόντα, σαρώνουν με scanner τους κωδικούς και τις ποσότητες που αναγράφονται στο παραστατικό ζήτησης, ώστε να ενημερωθεί το ERP για τη διακίνηση.
* Τα προϊόντα τοποθετούνται σε κιβώτια και προετοιμάζονται για αποστολή, με επισύναψη των αντίστοιχων παραστατικών μεταφοράς.
* Ο οδηγός συλλέγει τα κιβώτια, τα καταγράφει ως “παραληφθέντα” και προωθούνται στο κατάστημα προορισμού, σύμφωνα με το πρόγραμμα ενδοδιακίνησης. Σε περίπτωση διακίνησης από κατάστημα νησιού μεταφέρονται σε μεταφορική, όπου έπειτα συλλέγονται από τον οδηγό.

**2.3.3 Παραλαβή και τοποθέτηση προϊόντων στο κατάστημα**

* Το κατάστημα προορισμού λαμβάνει την αποστολή από τον οδηγό και o store manager επιβεβαιώνει την παραλαβή μέσω σάρωσης των barcodes των κιβωτίων στο ERP.
* Ο store manager ελέγχει αν οι ποσότητες συμφωνούν με το παραστατικό και σε περίπτωση απόκλισης ενημερώνει άμεσα την αποθήκη.
* Τα προϊόντα τοποθετούνται στα από τους assistant store manager ράφια ή στον εσωτερικό αποθηκευτικό χώρο.

**2.4 Διαχείριση Επιστροφών Προϊόντων από Πελάτες**

**2.4.1 Υποβολή αιτήματος επιστροφής από τον πελάτη**

* Ο πελάτης ζητά την επιστροφή προϊόντος είτε στο φυσικό κατάστημα είτε μέσω του e-shop. Στην πρώτη περίπτωση, ο assistant store manager τον καθοδηγεί και συμπληρώνει έντυπη φόρμα επιστροφής. Σε περίπτωση ηλεκτρονικής αγοράς, ο πελάτης εισέρχεται στο site και συμπληρώνει την ψηφιακή φόρμα επιστροφής.
* Το αίτημα αυτό εγγράφεται στο ERP από τον assistant store manager, μαζί με τα στοιχεία παραγγελίας, την αιτία επιστροφής και τον τύπο προϊόντος. Σε ηλεκτρονική επιστροφή, η φόρμα καταχωρείται αυτόματα στο ERP και ειδοποιείται ο υπεύθυνος αποθήκης.

**2.4.2 Αξιολόγηση αιτήματος και αποδοχή επιστροφής**

* Ο assistant store manager (σε φυσική επιστροφή) ή ο warehouse manager (σε online επιστροφή) ανακτά το αίτημα επιστροφής από το ERP και ελέγχει τα στοιχεία με βάση την πολιτική επιστροφών.
* Αν υπάρχει ένδειξη προβλήματος, ο warehouse manager ή assistant store manager ενημερώνει τον retail manager για αξιολόγηση και πιθανή επικοινωνία με τον προμηθευτή.
* Ο assistant store manager εκτελεί οπτικό έλεγχο προϊόντος (μόνο για επιστροφές στο φυσικό κατάστημα) για να διαπιστώσει την κατάσταση του προϊόντος.
* Ο υπεύθυνος του ελέγχου καταγράφει στο ERP την απόφαση (αποδοχή ή απόρριψη επιστροφής).

**2.4.3 Δημιουργία ετικέτας αποστολής & φυσική μεταφορά**

* Στις online επιστροφές, ο shipping coordinator δημιουργεί ετικέτα επιστροφής.
* Ο πελάτης παραλαμβάνει την ετικέτα μέσω email και αποστέλλει το προϊόν μέσω συνεργαζόμενης ταχυμεταφορικής, η οποία παραδίδει καθημερινά στην αποθήκη της Altershops.
* Σε περιπτώσεις φυσικής επιστροφής, το κατάστημα διατηρεί προσωρινή αποθήκευση έως ότου ο οδηγός το παραλάβει και το παραδώσει στην αποθήκη.
* Ο οδηγός μεταφέρει τα επιστρεφόμενα προϊόντα στην αποθήκη της Altershops.

**2.4.4 Παραλαβή, έλεγχος & ενημέρωση αποθέματος**

* Οι Stock Controllers παραλαμβάνουν το επιστρεφόμενο προϊόν από τον οδηγό, σκανάρουν το barcode και εμφανίζουν το αντίστοιχο δελτίο επιστροφής στο ERP SoftOne, όπου διασταυρώνουν την ταυτότητα του προϊόντος, το αρχικό σημείο πώλησης και τον λόγο επιστροφής.
* Ακολουθεί φυσικός έλεγχος κατάστασης σύμφωνα με προκαθορισμένα πρότυπα. Αν εντοπιστεί πρόβλημα στο προϊόν, ειδοποιείται ο Warehouse Manager για αξιολόγηση και απόφαση.
* Αν το προϊόν εγκριθεί για επιστροφή, ο stock controller ή ο warehouse manager ενημερώνει το ERP για την αποδοχή και καταχωρεί το προϊόν στο διαθέσιμο απόθεμα, σημειώνοντας τον σχετικό κωδικό, ποσότητα, λόγο επιστροφής και την κατάλληλη κατηγορία αποθήκευσης. Αν απορριφθεί, γίνεται σχετική καταχώριση στο ERP και το προϊόν μεταφέρεται στα κατεστραμμένα.
* Η καταχώριση ενημερώνει αυτόματα το διαθέσιμο απόθεμα στο ERP και ενεργοποιείται η διαδικασία επιστροφής χρημάτων. Σε περίπτωση ηλεκτρονικής παραγγελίας, το Prestashop συγχρονίζεται ώστε να αποτυπωθεί η σωστή διαθεσιμότητα στο e-shop. Η επιστροφή καταγράφεται επίσης στο ιστορικό συναλλαγών του πελάτη.
* Ανάλογα με τον αρχικό τρόπο πληρωμής, το σύστημα δημιουργεί αίτημα για επιστροφή χρημάτων το οποίο προωθείται αυτόματα στον συνεργάτη PWC, ο οποίος διαχειρίζεται τις οικονομικές συναλλαγές της Altershops.

## **3. Εκτέλεση Επιχειρησιακών Υπηρεσιών μέσω Εξωτερικών Συνεργατών**

Σκοπός: Η υποστήριξη των κρίσιμων λειτουργιών της Altershops μέσω εξειδικευμένων τρίτων παρόχων, περιλαμβάνοντας την τεχνική υποστήριξη, την προώθηση του brand, τη διαχείριση λογιστικών και νομικών υποχρεώσεων, καθώς και τη συνεχή παραμετροποίηση των πληροφοριακών συστημάτων, με στόχο την επιχειρησιακή σταθερότητα και ανάπτυξη.

**3.1 Σχεδιασμός και Συντονισμός Digital Marketing Καμπανιών με Wizard**

**3.1.1 Καθορισμός διαφημιστικών στόχων βάσει εμπορικής στρατηγικής της σεζόν**

* Οι CEO, σε συνεργασία με τον υπεύθυνο e-shop, αναλύουν διαφημιστικά KPIs της προηγούμενης περιόδου, από το SAP Business Objects και το SoftOne ERP.
* Οι CEO, βάσει της εμπορικής στρατηγικής και των στόχων της σεζόν, αποφασίζουν το είδος και την ένταση των digital καμπανιών που θα υλοποιηθούν και οι στόχοι διατυπώνονται σε briefing αρχείο Doc.
* Το briefing κοινοποιείται στη Wizard μέσω email από τον υπεύθυνο του e-shop, και καθορίζεται τηλεδιάσκεψη για περαιτέρω ευθυγράμμιση.
* Η Wizard προτείνει στρατηγική προβολής και ψηφιακά μέσα με βάση τους στόχους της του Doc και οι προτάσεις αυτές συζητούνται και εγκρίνονται από τους CEO.

**3.1.2 Παροχή υλικού και οδηγιών για δημιουργικά, landing pages και προωθητικά μηνύματα**

* Η ομάδα e-shop Management εξάγει από το PrestaShop και το ERP SoftOne τα απαραίτητα δεδομένα προϊόντων, φωτογραφίες και περιγραφές για τις καμπάνιες.
* Οι CEO καθορίζουν την εμπορική στρατηγική των δημιουργικών, αναφέροντας ποιες κατηγορίες, brands ή προσφορές πρέπει να δοθούν σε προτεραιότητα.
* Το υλικό αποστέλλεται στη Wizard μέσω Google Drive, μαζί με αρχείο Doc οδηγιών που περιλαμβάνει στόχους, περιεχόμενο και παραμέτρους για κάθε δημιουργικό.
* Η Wizard δημιουργεί προσχέδια για banners, landing pages και προωθητικά email, τα οποία επιστρέφει για έγκριση.
* Οι CEO εγκρίνουν ή ζητούν αλλαγές στο δημιουργικό υλικό και δίνουν την τελική έγκριση για δημοσίευση.

**3.1.3 Παρακολούθηση KPIs και αναπροσαρμογή στρατηγικής καμπάνιας**

* Η Wizard παραδίδει σε μηνιαία βάση αναφορές από Google Analytics και Looker Studio με δείκτες όπως clicks, conversions, επισκεψιμότητα και επιστροφή επένδυσης.
* Οι CEO αναλύουν τα αποτελέσματα και συγκρίνουν τους δείκτες με τους στόχους που είχαν τεθεί στην αρχή της περιόδου.
* Εάν οι στόχοι δεν επιτυγχάνονται, οι CEO αποστέλλουν οδηγίες στη Wizard για αλλαγές, όπως διαφοροποίηση περιεχομένου, αλλαγή στόχευσης ή ανακατανομή διαφημιστικού budget.
* Η Wizard εφαρμόζει τις αλλαγές και στέλνει ενημέρωση με το νέο διαφημιστικό πλάνο.
* Ο κύκλος αξιολόγησης και αναπροσαρμογής επαναλαμβάνεται καθ’ όλη τη διάρκεια της καμπάνιας, διασφαλίζοντας συνεχή βελτιστοποίηση της απόδοσης.

**3.2 Παραμετροποίηση λειτουργιών και βελτιώσεις στο ERP με τη Foxline**

**3.2.1 Συγκέντρωση αναγκών και καταγραφή απαιτήσεων για νέες λειτουργίες στο SoftOne**

* Οι CEO, σε συνεργασία με τους υπεύθυνους λειτουργικών τομέων όπως ο Retail Manager και ο Warehouse Manager, καταγράφουν σε αρχείο Excel τις δυσλειτουργίες, τις ελλείψεις ή τις προτάσεις για νέες λειτουργίες που έχουν παρατηρηθεί στο SoftOne κατά την καθημερινή χρήση.
* Οι καταγεγραμμένες απαιτήσεις διαμορφώνονται σε οργανωμένο αρχείο Excel, το οποίο συνοδεύεται από τεχνική περιγραφή με την επιχειρησιακή ανάγκη πίσω από κάθε αίτημα.
* Το αρχείο αποστέλλεται στην Foxline μέσω email και ακολουθεί online συνάντηση όπου οι CEO παρουσιάζουν τις ανάγκες και ζητούν προτάσεις υλοποίησης.
* Κατά τη διάρκεια της συνάντησης, αποσαφηνίζονται οι λεπτομέρειες των απαιτήσεων ώστε να συμφωνηθεί η τεχνική προσέγγιση και το αναμενόμενο αποτέλεσμα.

**3.2.2 Υλοποίηση και δοκιμές αλλαγών σε περιβάλλον δοκιμής**

* Η Foxline παραμετροποιεί το SoftOne βάσει των συμφωνημένων αιτημάτων σε ειδικό test περιβάλλον.
* Οι αρμόδιοι χρήστες από τα τμήματα που υπέβαλαν το αίτημα ελέγχουν τη νέα λειτουργία, πραγματοποιώντας δοκιμαστικές κινήσεις με πραγματικά ή προσομοιωμένα δεδομένα. Σε περίπτωση λαθών αποστέλλεται αρχείο Doc με τα προβλήματα που προέκυψαν.
* Η Foxline διορθώνει την εφαρμογή και αποστέλλει εκ νέου προς έλεγχο.
* Όταν η αλλαγή εγκριθεί, υλοποιείται στο κανονικό περιβάλλον του SoftOne.

**3.2.3 Έλεγχος διασύνδεσης ERP με e-shop και αποθήκη και καταγραφή σφαλμάτων**

* Το εμπορικό τμήμα και η αποθήκη πραγματοποιούν έλεγχο για το αν τα προϊόντα εμφανίζονται με σωστή διαθεσιμότητα στο e-shop και αν οι αλλαγές που έγιναν στο ERP αντανακλώνται στο Prestashop καθυστέρηση.
* Αν εντοπιστούν αποκλίσεις, όπως λανθασμένες τιμές, προβληματικά παραστατικά ή ασυνέπειες στις ποσότητες, αυτές τεκμηριώνονται σε αρχείο παρακολούθησης σφαλμάτων Doc.
* Το αρχείο αποστέλλεται στην Foxline με email και αιτείται άμεση τεχνική επίλυση των προβλημάτων που παρατηρήθηκαν.
* Μετά την επέμβαση, διενεργείται νέος επανέλεγχος των διασυνδέσεων ώστε να επιβεβαιωθεί η ορθή λειτουργία των ενοποιημένων συστημάτων σε πραγματικό χρόνο.

**3.3 Τεχνική Υποστήριξη και Βελτιστοποίηση E-shop και Υποδομών μέσω Afternet**

**3.3.1 Υποβολή αιτημάτων για βελτιώσεις ή διορθώσεις στο e-shop**

* Η ομάδα E-shop Management και το customer service συγκεντρώνουν περιοδικά τα αιτήματα που προκύπτουν από την ανάγκη βελτίωσης της εμπειρίας πλοήγησης, τα βασίζονται είτε σε feedback πελατών είτε σε εμπορικές ανάγκες που εντοπίζονται από τους CEO ή την αποθήκη.
* Το αίτημα διαμορφώνεται σε αρχείο Excel και αποστέλλεται στην Afternet μέσω email με τεκμηρίωση του προβλήματος ή screenshot από το back-office.
* Η Afternet μελετά το αίτημα και απαντά με δυνατότητες υλοποίησης, τεχνικές προδιαγραφές και εκτιμώμενο χρόνο παρέμβασης.
* Ο υπεύθυνος e-shop επιβεβαιώνει το πλάνο και εγκρίνει την υλοποίηση των αλλαγών.
* Μετά την εφαρμογή, πραγματοποιείται έλεγχος για την επιβεβαίωση της σωστής λειτουργίας και ενημερώνεται το αρχείο αιτημάτων.

**3.3.2 Καταχώρηση νέων προϊόντων, φίλτρων και κατηγοριών**

* Η εμπορική ομάδα στέλνει στην ομάδα e-shop αρχείο με νέους κωδικούς και κατηγορίες προϊόντων, με περιγραφές, φωτογραφίες και τιμές και εκείνοι το αποστέλλουν στην Afternet, μαζί με αίτημα για τεχνικές παρεμβάσεις όπως φίλτρα και custom κατηγορίες.
* Η Afternet εφαρμόζει τις αλλαγές στην staging version του e-shop και ενημερώνει για έλεγχο.
* Μετά από έλεγχο πληρότητας και λειτουργίας από την ομάδα e-shop, οι αλλαγές περνούν στο live σύστημα.

**3.3.3 Υποστήριξη και συντήρηση εταιρικού δικτύου και συστημάτων**

* Οι Store Managers και οι υπεύθυνοι αποθήκης εντοπίζουν προβλήματα σύνδεσης σε ERP, Wi-Fi, VPN και εκτυπωτές ή θέλουν να δημιουργήσουν/απενεργοποιήσουν λογαριασμό VPN λόγω πρόσληψης/απόλυσης, καταγράφουν το περιστατικό σε email.
* Η αναφορά αποστέλλεται στην Afternet, η οποία ελέγχει απομακρυσμένα τη δικτυακή υποδομή ή προγραμματίζει επίσκεψη στα καταστήματα για φυσικό έλεγχο.
* Αν απαιτείται, η Afternet προχωρά σε επανεκκίνηση εξοπλισμού, αλλαγή router ή ρύθμιση πρόσβασης στο VPN.
* Ο υπεύθυνος του καταστήματος ενημερώνεται για την επίλυση και το αρχείο κλείνει με την τεκμηρίωση των ενεργειών.
* Η ομάδα Afternet παρέχει τριμηνιαία πρόληψη και συντήρηση, εφόσον ζητηθεί από την Altershops.

**3.3.4 Έλεγχος διασύνδεσης e-shop με ERP και αποθήκη**

* Η ομάδα e-shop της Altershops εντοπίζει περιπτώσεις σφαλμάτων ή ασυνέπειας στα δεδομένα που ανταλλάσσονται μεταξύ της πλατφόρμας Prestashop, του ERP SoftOne και των αποθεμάτων τα οποία σημείνωνται σε ένα αρχείο Doc το οποίο περιλαμβάνει περιγραφές, screenshots και timestamps.
* Το αρχείο αποστέλλεται στην Afternet μέσω email και ορίζεται τηλεδιάσκεψη, κατά την οποία η τεχνική ομάδα της Afternet αναλύει τις περιπτώσεις και συζητά με την Altershops για τις πιθανές αιτίες των προβλημάτων και τις απαραίτητες ενέργειες αποκατάστασης.
* Η Afternet προχωρά σε τεχνικό έλεγχο της λειτουργίας των διεπαφών (APIs) μεταξύ Prestashop και ERP SoftOne. Εξετάζονται οι ρυθμίσεις σύνδεσης και οι βάσεις δεδομένων, ώστε να εντοπιστούν καθυστερήσεις ή σφάλματα στην επικοινωνία των συστημάτων.
* Εφόσον απαιτείται τεχνική παρέμβαση, η Afternet προχωρά σε ρυθμίσεις ή αναπρογραμματισμό των ροών δεδομένων, με στόχο τη σταθερή και πλήρη ενημέρωση διαθεσιμότητας, παραγγελιών και τιμών σε πραγματικό χρόνο.
* Μετά την ολοκλήρωση των ενεργειών, η Altershops εκτελεί δοκιμές λειτουργίας, δημιουργώντας εικονικές παραγγελίες και πραγματοποιώντας καταχωρήσεις προϊόντων ώστε να επιβεβαιωθεί η ομαλή διασύνδεση.

**3.4 Υλοποίηση λογιστικών και νομικών ενεργειών με PWC και εξωτερικούς νομικούς**

**3.4.1 Υποβολή παραστατικών και μισθολογικών στοιχείων**

* Οι CEO συγκεντρώνουν τα παραστατικά από τα φυσικά καταστήματα, την αποθήκη και το e-shop και τα διαβιβάζουν ψηφιακά στην PWC, μέσω κοινόχρηστου φακέλου σε Drive.
* Η PWC προχωρά σε καταχωρήσεις στο λογιστικό σύστημα που διατηρεί εξωτερικά και υπολογίζει τις μισθοδοσίες με βάση τις αναφορές που λαμβάνει από τη διοίκηση.
* Τα αρχεία μισθοδοσίας (σε Excel) επιστρέφονται στα κεντρικά για ενημέρωση προσωπικού και ανάρτηση σε προσωπικά email εργαζομένων.

**3.4.2 Υποβολή φορολογικών υποχρεώσεων και συμμόρφωση με ετήσιο φορολογικό πλάνο**

* Η PWC, έχοντας πλήρη πρόσβαση στο ERP SoftOne και στο σύστημα των παραστατικών, εξάγει περιοδικά τις φορολογικές υποχρεώσεις.
* Συντάσσει τις δηλώσεις ΦΠΑ, φόρου εισοδήματος και λοιπών υποχρεώσεων και τις αποστέλλει στους CEO σε PDF για έλεγχο.
* Οι CEO προτείνουν αλλαγές ή ζητούν διευκρινίσεις και η PWC προσαρμόζει τα δεδομένα και επανυποβάλλει.
* Η PWC υποβάλλει τις υποβάλλει μέσω TAXISnet και αποστέλλει αποδεικτικά υποβολής και φορολογικά reports στους CEO μέσω email.
* Οι CEO εγκρίνουν τα ποσά προς πληρωμή και η πληρωμή γίνεται από τραπεζικό λογαριασμό της Altershops ή με online εξουσιοδότηση.

**3.4.3 Έλεγχος, αναθεώρηση και διατύπωση όρων συμβάσεων συνεργασίας ή εργασίας**

* Οι CEO ετοιμάζουν τα προσχέδια των συμβάσεων συνεργασίας ή εργασίας σε αρχείο Word και τα αποστέλλουν στην PWC.
* Η PWC εξετάζει τη συμβατότητα με την εργατική και εμπορική νομοθεσία και προτείνει αλλαγές ή διορθώσεις.
* Το τελικό αρχείο Word επιστρέφεται στην Altershops και οι CEO το χρησιμοποιούν για υπογραφή με τον εκάστοτε εργαζόμενο ή συνεργάτη.
* Αν προκύψει νομική ιδιαιτερότητα, η PWC μπορεί να παραπέμψει την υπόθεση σε εξωτερικό δικηγόρο για επιπλέον γνωμοδότηση.

**3.4.4 Επικοινωνία με εξωτερικούς δικηγόρους για αντιμετώπιση νομικών ζητημάτων**

* Οι CEO εντοπίζουν νομικά ζητήματα που σχετίζονται με εργατικά, εμπορικά ή καταναλωτικά θέματα και δημιουργούν αρχείο Word με περίληψη της υπόθεσης και αποστέλλουν το υλικό στους εξωτερικούς δικηγόρους που συνεργάζονται μέσω email.
* Οι δικηγόροι απαντούν με γνωμοδότηση ή προτείνουν νομική στρατηγική μέσω email ή τηλεδιάσκεψης.
* Οι CEO αξιολογούν τη γνωμοδότηση και λαμβάνουν αποφάσεις για την εφαρμογή της, σε συνεννόηση με την PWC εάν απαιτείται λογιστική ή φορολογική συμβατότητα.
* Αν απαιτείται δικαστική ενέργεια ή διαμεσολάβηση, ο δικηγόρος αναλαμβάνει την πλήρη εκπροσώπηση με εξουσιοδότηση της Altershops.

## **4. Διαχείριση Οικονομικών και Προσωπικού**

Σκοπός: Η διαχείριση του οικονομικού κύκλου και του κύκλου ζωής του προσωπικού της Altershops, από την επιλογή και πρόσληψη έως την αποχώρηση, καθώς και η παρακολούθηση συναλλαγών και η τήρηση φορολογικών και λογιστικών υποχρεώσεων, με στόχο την εύρυθμη λειτουργία, τη διαφάνεια και τη συμμόρφωση με το ισχύον νομικό και φορολογικό πλαίσιο

**4.1 Διαχείριση Προσωπικού**

**4.1.1 Σύνταξη αγγελίας και ανάλυση βιογραφικών**

* Οι CEO κατόπιν τηλεφωνικής συννενόησης με τον Store Manager ή τον Retail Manager ή τον Warehouse Manager, αποφασίζουν για έλλειψη θέσεων εργασίας και η ανάγκη μεταφέρεται στο HR.
* Το HR συντάσσει αγγελία θέσης εργασίας σε αρχείο Word, βασισμένο σε ανάγκη προσωπικού. Η αγγελία περιλαμβάνει τον τίτλο της θέσης, τις ώρες απασχόλησης, την τοποθεσία καταστήματος, τις απαιτούμενες δεξιότητες και την ημερομηνία έναρξης.
* Η αγγελία αναρτάται σε online πλατφόρμες όπως Kariera.gr και JobFind, καθώς και στα κοινωνικά δίκτυα της Altershops.
* Τα εισερχόμενα βιογραφικά αποθηκεύονται σε φάκελο PDF στο Google Drive του HR και καταγράφονται σε Excel για παρακολούθηση.
* Το HR φιλτράρει τα βιογραφικά με βάση κριτήρια όπως σχετική εμπειρία, ηλικία, διαθεσιμότητα και γνώση ταμειακών συστημάτων, και συντάσσει λίστα υποψηφίων.

**4.1.2 Διεξαγωγή συνεντεύξεων και επιλογή υποψηφίων**

* Το HR καλεί τηλεφωνικά τους επιλεγμένους υποψηφίους και προγραμματίζει συνεντεύξεις δια ζώσης στον χώρο των κεντρικών γραφείων ή στο κατάστημα όπου προορίζεται η θέση.
* Κατά τη συνέντευξη, το HR μαζί με τον αρμόδιο του τμήματος της θέσης, χρησιμοποιούν σταθερό πρότυπο φόρμας αξιολόγησης σε έντυπη μορφή και το συμπληρώνουν, το οποίο αποθηκεύεται και σε Εxcel.
* Οι αξιολογήσεις αποστέλλονται με email στους CEO για τελική επιλογή.
* Το HR ενημερώνει τον επιλεγμένο υποψήφιο τηλεφωνικά και ζητά επιβεβαίωση αποδοχής.

**4.1.3 Ένταξη στην εταιρεία και εκπαίδευση**

* Το HR συντάσσει έντυπο onboarding και το παραδίδει στον νέο υπάλληλο κατά την πρώτη ημέρα.
* Το onboarding περιλαμβάνει την αποστολή εντύπου κανονισμού λειτουργίας, το ωράριο, τον υπεύθυνο και τις βασικές εσωτερικές διαδικασίες.
* Ο υπεύθυνος του τμήματος παραδίδει εκπαίδευση ακολουθώντας check-list καθηκόντων σε αρχείο Excel.
* Ο νέος υπάλληλος υπογράφει έντυπο παραλαβής υλικού και συμμετοχής στην εκπαίδευση, το οποίο αποθηκεύεται στον φυσικό φάκελο προσωπικού στο HR. Ο υπεύθυνος μπορεί να κρίνει επανεκπαίδευση αν το θεωρήσει σημαντικό.
* Το HR καταγράφει την ημερομηνία ένταξης και τα στοιχεία του εργαζομένου στο MyWorkplace.

**4.1.4 Περιοδική αξιολόγηση απόδοσης και παροχή feedback**

* Κάθε 2-3 μήνες, ο υπάλληλος συμπληρώνει αυτοαξιολόγηση στην πλατφόρμα MyWorkplace, η οποία αποστέλλεται αυτόματα στον Store Manager, τον Retail Manager και το HR.
* Ο Store Manager καταχωρεί κάθε μήνα την αξιολόγηση των υπαλλήλων του στο MyWorkplace, βασιζόμενος σε πωλήσεις, τήρηση διαδικασιών και εσωτερική συμπεριφορά. Η αξιολόγηση αποστέλλεται στο HR.
* Ο Retail Manager, επίσης μηνιαία, αξιολογεί την απόδοση μέσω MyWorkplace, με βάση τήρηση κανόνων, επαγγελματισμό και συνέπεια. Η αξιολόγηση προωθείται στο HR.
* Το HR συγκεντρώνει τα δεδομένα από τις τρεις πηγές, τα συνδυάζει με στοιχεία παρουσιών και παρατηρήσεων πεδίου και καταγράφει τελική βαθμολογία στο MyWorkplace.
* Αν η απόδοση παραμένει χαμηλή, το HR εισηγείται αποχώρηση και ζητεί έγκριση από τους CEO. Αν είναι υψηλή, προτείνει προαγωγή ή επιβράβευση.

**4.1.5 Αναπροσαρμογή ρόλων / επανεκπαίδευση**

* Το HR επανεξετάζει την αξιολόγηση κάθε υπαλλήλου βάσει της βαθμολογίας στο αρχείο Excel, της συνέπειας παρουσιών και της απόδοσής του στο MyWorkplace.
* Σε συνεργασία με τον Retail Manager και τον Store Manager, το HR εντοπίζει ανάγκες ανακατανομής προσωπικού, όπως μετακίνηση σε άλλο κατάστημα λόγω αυξημένης κίνησης ή κενών θέσεων.
* Όταν διαπιστωθεί ανάγκη επανεκπαίδευσης το HR οργανώνει ενδοεταιρική εκπαίδευση με υπεύθυνο τον Store Manager.
* Το πρόγραμμα επανεκπαίδευσης και η πρόοδος του υπαλλήλου στον νεό ρόλο, καταγράφονται στο αρχείο παρακολούθησης εκπαίδευσης (Excel) που διατηρεί το HR.
* Σε περίπτωση σημαντικής βελτίωσης ή ανάληψης επιπλέον ευθυνών, το HR προτείνει αναβάθμιση ρόλου και ζητά έγκριση από τους CEO, με αναφορά σε αξιολογήσεις και αποτελέσματα επανεκπαίδευσης.

**4.2 Μισθοδοσία και Διοικητική Υποστήριξη Προσωπικού**

**4.2.1 Καταγραφή και έλεγχος παρουσιών**

* Οι Store Managers και οι Assistant Store Managers καταχωρούν ημερήσιες παρουσίες, ώρες εισόδου-εξόδου, καθυστερήσεις και υπερωρίες του προσωπικού στο σύστημα myWorkplace.
* Το HR έχει πρόσβαση στα καταχωρημένα δεδομένα και πραγματοποιεί εβδομαδιαίο έλεγχο για τυχόν αποκλίσεις ή λάθη.
* Σε περιπτώσεις διαφορών ή παραλείψεων, γίνεται επικοινωνία του HR με τον Store Manager για διευκρινίσεις και διορθώσεις.
* Οι καταγεγραμμένες παρουσίες εγκρίνονται στο τέλος του μήνα από το HR και εξάγονται για χρήση στη μισθοδοσία.

**4.2.2 Διαχείριση αδειών, ασθενειών και απουσιών**

* Οι εργαζόμενοι καταχωρούν αιτήματα για άδεια ή δήλωση ασθένειας μέσω της πλατφόρμας myWorkplace.
* Οι Store Managers ή Assistant Store Managers εγκρίνουν ή απορρίπτουν τα αιτήματα με βάση την κάλυψη αναγκών του καταστήματος.
* Το HR παρακολουθεί καθημερινά τα αιτήματα και τις εγκρίσεις και ελέγχει αν τηρούνται τα εσωτερικά όρια και τα νομικά πλαίσια.
* Όλες οι απουσίες καταγράφονται αυτόματα στο σύστημα και ενσωματώνονται στη μισθολογική διαδικασία.

**4.2.3 Εκτέλεση μισθοδοσίας σε συνεργασία με PWC**

* Το HR εξάγει από το myWorkplace συγκεντρωτικά αρχεία παρουσιών και αδειών για κάθε εργαζόμενο στο τέλος κάθε μήνα.
* Οι συγκεντρωμένοι πίνακες αποστέλλονται στην PWC, η οποία έχει αναλάβει πλήρως την εκτέλεση της μισθοδοσίας.
* Η PWC επεξεργάζεται τα στοιχεία και υπολογίζει τους καθαρούς μισθούς, τις κρατήσεις και τις νόμιμες εισφορές.
* Αφού ολοκληρωθεί η διαδικασία, η PWC αποστέλλει στο HR και στους εργαζόμενους τα εκκαθαριστικά σημειώματα μέσω email.

**4.2.4 Τερματισμός συνεργασίας**

* Σε περίπτωση απόφασης για αποχώρηση εργαζόμενου, ο Store Manager ενημερώνει το HR με σχετικό αίτημα.
* Το HR ελέγχει τα αρχεία αξιολόγησης και παρουσιών στο myWorkplace και ετοιμάζει τον φάκελο προσωπικού για την PWC.
* Η PWC εκτελεί την τελική εκκαθάριση με βάση τα τελευταία δεδομένα αποδοχών, αδειών και λοιπών οφειλών.
* Ο εργαζόμενος ενημερώνεται για την ολοκλήρωση της διαδικασίας και παραλαμβάνει επίσημο αποδεικτικό αποχώρησης.

**4.3 Παρακολούθηση Συναλλαγών**

**4.3.1 Έλεγχος καταχώρησης τιμολογίων σε ERP**

* Οι υπεύθυνοι καταστημάτων, της αποθήκης και του e-shop καταχωρούν τα τιμολόγια αγορών και επιστροφών απευθείας στο ERP SoftOne κατά τη στιγμή της παραλαβής.
* Οι Stock Controllers και το εμπορικό τμήμα πραγματοποιούν εβδομαδιαία επιβεβαίωση ότι οι τιμές, οι ποσότητες και οι ημερομηνίες των παραστατικών συμφωνούν με τις αντίστοιχες ενδοδιακινήσεις ή παραγγελίες.
* Όταν εντοπίζονται αποκλίσεις, καταγράφονται σε αρχείο Excel και προστίθεται screenshot από το SoftOne για τεκμηρίωση.
* Το συγκεντρωμένο αρχείο σφαλμάτων αποστέλλεται μέσω email στους CEO και κοινοποιείται στην PWC για τελικό λογιστικό έλεγχο και διορθώσεις στο σύστημα της.

**4.3.2 Συμφωνία αποθέματος, πωλήσεων, εσόδων και πληρωμών**

* Οι Stock Controllers εκτελούν μηνιαία απογραφή σε φυσική μορφή και καταχωρούν τα αποτελέσματα στο ERP SoftOne, διασταυρώνοντας τα με τις ηλεκτρονικές ποσότητες.
* Το εμπορικό τμήμα εξάγει συγκεντρωτικές αναφορές πωλήσεων, τιμών και πληρωμών από το ERP SoftOne και το e-shop (PrestaShop), τις οποίες διασταυρώνει ως προς την ορθότητα.
* Οι αποκλίσεις ανάμεσα σε πωλήσεις, αποθέματα και έσοδα καταγράφονται σε έγγραφο τύπου Excel με τεκμηρίωση της αιτίας και προτεινόμενες διορθώσεις.
* Η PWC λαμβάνει τις αναφορές, διασταυρώνει τις πληρωμές που έχουν περαστεί λογιστικά, και αποστέλλει σχετική αναφορά συμφωνίας στους CEO.
* Σε περίπτωση σημαντικής απόκλισης, οι CEO ζητούν επανέλεγχο ή περαιτέρω ανάλυση, και αν απαιτείται, αναλαμβάνεται διορθωτική κίνηση στο ERP από εξουσιοδοτημένα μέλη της Altershops ή την PWC.

**4.3.3 Παραγωγή reports διαχείρισης και αξιολόγηση εμπορικής απόδοσης**

* Οι CEO, με τη συνδρομή του εμπορικού τμήματος, εξάγουν ανά σεζόν συγκεντρωτικά reports από το ERP SoftOne, σχετικά με πωλήσεις, ποσοστά έκπτωσης, και ταχύτητα ρευστοποίησης προϊόντων.
* Τα reports εξάγονται σε αρχεία Excel, διαμορφώνονται με Pivot πίνακες και φίλτρα, και χρησιμοποιούνται για την αποτίμηση των εμπορικών επιλογών και τον προγραμματισμό μελλοντικών παραγγελιών.
* Τα δεδομένα αποστέλλονται μέσω email στην PWC, ώστε να ενσωματωθούν στις ετήσιες οικονομικές εκθέσεις και τις αναφορές απόδοσης.
* Οι αναφορές αυτές επανεξετάζονται από τους CEO και χρησιμοποιούνται για αποφάσεις στρατηγικού επιπέδου, όπως αλλαγή γκάμας προϊόντων ή αναθεώρηση εμπορικών συνεργασιών.
* Το τελικό αρχείο καταχωρείται σε κοινόχρηστο φάκελο Drive με περιορισμένη πρόσβαση

# **4. Ανάλυση της πληροφοριακής αρχιτεκτονικής της Altershops**

Η αποτύπωση των βασικών πληροφοριακών οντοτήτων του συστήματος της Altershops και των βασικών χαρακτηριστικών τους, ώστε να κατανοηθεί η δομή της πληροφορίας που παράγεται, χρησιμοποιείται και αποθηκεύεται από τα πληροφοριακά της συστήματα.

Πληροφοριακές οντότητες και χαρακτηριστικά:

**Προϊόντα (Master Data)**

Κωδικός προϊόντος, Όνομα / Περιγραφή

Brand, Κατηγορία (ένδυση, υπόδηση, αξεσουάρ), Μέγεθος / Χρώμα, Τιμή λιανικής / χονδρικής, Περιθώριο κέρδους, Κατάσταση αποθέματος (ενεργό, προς παραλαβή, ανενεργό)

**Προμηθευτές (Master Data)**

Κωδικός προμηθευτή, Επωνυμία / Στοιχεία επικοινωνίας, Τύπος συνεργασίας (εισαγωγή, διανομή, αντιπροσώπευση), Όροι συνεργασίας (πληρωμής, έκπτωσης), Ιστορικό παραγγελιών / παραδόσεων

**Πελάτες (Transaction Data)**

Κωδικός πελάτη (για loyalty / e-shop), Στοιχεία επικοινωνίας, Ιστορικό παραγγελιών, Συμμετοχή σε προγράμματα επιβράβευσηςΠροτιμήσεις αγορών (εφόσον καταγράφονται)

**Συναλλαγές (Transaction Data)**

Κωδικός παραστατικού, Ημερομηνία συναλλαγής, Τρόπος πληρωμής, Λεπτομέρειες προϊόντων (κωδικός, ποσότητα, τιμή), Στοιχεία καταστήματος / e-shop

**Αποθέματα (Transaction Data)**

Κωδικός προϊόντος, Ποσότητα ανά σημείο, Τύπος κίνησης (εισαγωγή, διακίνηση, επιστροφή), Ημερομηνία κίνησης

**Προσωπικό (Master Data)**

Κωδικός εργαζόμενου, Ονοματεπώνυμο, Θέση / Τμήμα / Κατάστημα, Ιστορικό παρουσιών / αδειών / αξιολογήσεων, Συμβατικά στοιχεία (είδος σύμβασης, ημερομηνία πρόσληψης)

**Παραστατικά και λογιστικά στοιχεία (Transaction Data)**

Κωδικός παραστατικού, Είδος παραστατικού, Σχετιζόμενα προϊόντα και ποσότητες, Αντισυμβαλλόμενος, Ημερομηνία έκδοσης

# **5. Ανάλυση των επιχειρησιακών τεχνολογιών της Altershops**

Η αποτύπωση των βασικών επιχειρησιακών εφαρμογών που χρησιμοποιεί η Altershops, των λειτουργιών τους και της μεταξύ τους διασύνδεσης, με στόχο την κατανόηση του πληροφοριακού οικοσυστήματος που υποστηρίζει τη λειτουργία της επιχείρησης.

**Κύριες επιχειρησιακές εφαρμογές και λειτουργικότητες:**

1. **SoftOne ERP**

Διαχείριση εμπορικών συναλλαγών, αποθεμάτων, παραστατικών, αγορών και πωλήσεων. Παρακολούθηση αποθεμάτων σε πραγματικό χρόνο και ενδοδιακινήσεις. Καταγραφή και επεξεργασία παραγγελιών προς προμηθευτές και πελάτες. Οικονομική διαχείριση, διαχείριση παραστατικών και σύνδεση με μισθοδοσία (σε συνεργασία με PWC). Βάση δεδομένων: SQL (MySQL) για αποθήκευση δεδομένων.

1. **SAP BusinessObjects**

Ανάλυση δεδομένων πωλήσεων, αποθεμάτων και απόδοσης προϊόντων / καταστημάτων. Δημιουργία προσαρμοσμένων reports και KPIs για τη διοίκηση. Υποστήριξη στη λήψη στρατηγικών αποφάσεων μέσω BI εργαλείων.

1. **PrestaShop**

Διαχείριση του ηλεκτρονικού καταστήματος και του ψηφιακού καλαθιού αγορών. Παρακολούθηση παραγγελιών και πελατών e-shop. Σύνδεση με ERP για συγχρονισμό αποθεμάτων, τιμών και παραγγελιών. Υποστήριξη SEO και e-commerce analytics.

1. **MyWorkplace**

Παρακολούθηση παρουσιών, αδειών, ασθενειών και αξιολογήσεων προσωπικού. Υποστήριξη στη διαδικασία μισθοδοσίας μέσω εξαγωγής δεδομένων για PWC.

1. **Εξωτερικές πλατφόρμες και εργαλεία**

Google Ads, Meta Ads, Looker Studio: Διαχείριση διαφημιστικών καμπανιών, παρακολούθηση ψηφιακών KPIs. Microsoft Teams, Gmail: Εσωτερική επικοινωνία και συντονισμός ομάδων. Google Drive, Docs, Excel: Αποθήκευση, επεξεργασία και κοινοποίηση εγγράφων, reports και templates.

**Διασύνδεση εφαρμογών:**  
Όλα τα συστήματα διασυνδέονται με το SoftOne ERP ως κεντρικό πυρήνα, εξασφαλίζοντας ενοποιημένη διαχείριση αποθεμάτων, παραστατικών και δεδομένων συναλλαγών. Το PrestaShop συνδέεται με το ERP για συγχρονισμό αποθεμάτων και τιμών σε πραγματικό χρόνο. Οι βάσεις δεδομένων (MySQL) υποστηρίζουν την αποθήκευση και ροή πληροφοριών μεταξύ ERP, e-shop και BI εργαλείων. Οι εξωτερικές πλατφόρμες ενσωματώνονται στις λειτουργίες μέσω exports, APIs και κοινόχρηστων αρχείων για αναφορές και ανάλυση.

# **6. Στιγμιότυπο Altershops**

**Πελάτης:** Καταναλωτές ένδυσης, καταναλωτές υπόδησης, καταναλωτές αξεσουάρ.

**Προϊόν:** Εμπορία ενδυμάτων, υποδημάτων, αξεσουάρ από διεθνή brands μέσω φυσικών καταστημάτων και e-shop.

**Επιχειρηματικές διαδικασίες:** Εμπορικός Σχεδιασμός & Κύκλος Παραγγελιών, Διαχείριση Πωλήσεων και Εξυπηρέτησης σε Φυσικά και Ψηφιακά Καταστήματα, Εκτέλεση Επιχειρησιακών Υπηρεσιών μέσω Εξωτερικών Συνεργατών, Διαχείριση Οικονομικών και Προσωπικού.

**Συμμετέχοντες:** CEO, εμπορικό τμήμα, Retail Manager, Warehouse Manager, Stock Controllers, Packaging Staff, Shipping Coordinator, Store Managers, Assistant Store Managers, Salesmen, ομάδα e-shop management, Customer Service, υπεύθυνοι HR, Wizard Digital Agency, Foxline, Afternet, PWC, εξωτερικοί νομικοί σύμβουλοι, συνεργαζόμενες courier.

**Πληροφορία:** Στοιχεία πωλήσεων ανά κατάστημα, κανάλι, κωδικό, brand, μέγεθος, χρώμα και περίοδο. Ποσοστά έκπτωσης, περιθώρια κέρδους, ταχύτητα ρευστοποίησης, αποθέματα σε πραγματικό χρόνο. Παραγγελίες προς και από προμηθευτές, εμπορικοί όροι, ιστορικά συμφωνιών και παραδόσεων. Παραστατικά (τιμολόγια, δελτία αποστολής, επιστροφές, παραστατικά ζήτησης, συμφωνητικά). Ιστορικά επιστροφών και αλλαγών, λόγοι επιστροφών. Παρουσίες, άδειες, ασθένειες, αξιολογήσεις, αυτοαξιολογήσεις, επανεκπαιδεύσεις, αναπροσαρμογές ρόλων. Στοιχεία παραγγελιών πελατών, συμπεριφορές χρήσης e-shop, KPIs απόδοσης προϊόντων, brands, καμπανιών. Φορολογικά δεδομένα, δηλώσεις, μισθοδοσίες, λογιστικά στοιχεία, εσωτερικές και εξωτερικές αναφορές συμμόρφωσης. Αναφορές διασύνδεσης ERP με e-shop και αποθήκη, τεχνικά logs, reports επιδόσεων συνεργατών. Προγράμματα ενδοδιακινήσεων, reports ισορροπίας αποθέματος. Προτάσεις και feedback εξωτερικών συνεργατών.

**Τεχνολογία:** SoftOne, SAP BusinessObjects, MySQL, PrestaShop, MyWorkplace, Google Ads, LookerStudio, Meta, Drive, Docs, Excel, Barcode systems, POS, Microsoft Teams, VPN δίκτυα, Gmail.

**Πλαίσιο:** Κλάδος της λιανικής μόδας με αυξημένο ανταγωνισμό από διεθνείς και ελληνικές αλυσίδες φυσικής αλλά και ψηφιακής παρουσίας, κανονισμοί προστασίας καταναλωτών και νομοθετικό πλαίσιο GDPR, καταναλωτική συμπεριφορά εξαρτώμενη από εποχικότητα και τάσεις των κοινωνικών μέσων.

**Υποδομή:** 10 φυσικά καταστήματα, κεντρική αποθήκη, κεντρικά γραφεία, ψηφιακό κατάστημα.

**Στρατηγική:** Φυσική παρουσία σε εμπορικά σημεία υψηλής προβολής, διευρυμένη ποικιλία προϊόντων και πελατολογίου, ψηφιακή παρουσία, εξωτερική ανάθεση δραστηριοτήτων σε ειδικούς, Data-driven αναπροσαρμογή στρατηγικής ανά σεζόν.

# **Μέρος Β’ Αξιολόγηση Altershops**

**1. Αρχιτεκτονική θεώρηση του πελάτη για το προϊόν – Κύκλος εμπλοκής του πελάτη**

Οι πελάτες της Altershops ζητούν ευρύ προϊοντικό χαρτοφυλάκιο (11.000 κωδικοί από 60 brands), κυρίως lifestyle και sportswear υποδήματα, ένδυση και αξεσουάρ, διαθέσιμα σε φυσικά καταστήματα και e-shop. Η έλλειψη συλλογής εξατομικευμένων απαιτήσεων περιορίζει όμως την προσαρμογή των προϊόντων στις ατομικές ανάγκες.

Η απόκτηση προϊόντων γίνεται κυρίως από φυσικά καταστήματα (82%) και e-shop (18%), με υπηρεσία Click & Collect. Η ολοκληρωμένη διασύνδεση POS-ERP-PrestaShop εξασφαλίζει σωστή εκτέλεση συναλλαγών και διαφάνεια σε τιμές, αποθέματα και παραστατικά. Η διαθεσιμότητα παρακολουθείται σε πραγματικό χρόνο μέσω ERP. Δεν υποστηρίζονται loyalty προγράμματα ή προσωποποιημένες προσφορές που θα ενίσχυαν τις πωλήσεις.

Η χρήση των προϊόντων υποστηρίζεται από πωλητές στα καταστήματα και διευκολύνεται με δοκιμαστήρια και καθίσματα. Στο e-shop παρέχονται πληροφορίες και υποστήριξη μέσω customer service. Η εμπειρία είναι θετική, αλλά θα μπορούσαν να προστεθούν εργαλεία όπως online tutorials για συνδυασμούς προϊόντων.

Η Altershops δεν προσφέρει οργανωμένες υπηρεσίες συντήρησης προϊόντων, αφήνοντας τον πελάτη να φροντίζει μόνος του τα είδη του. Αυτό δημιουργεί κενό στην εμπλοκή, καθώς δεν παρέχονται υπηρεσίες ή καθοδήγηση (π.χ. συνεργασίες με καθαριστήρια, service υπόδησης, online οδηγίες) που θα μπορούσαν να αυξήσουν τη διάρκεια ζωής των προϊόντων και την εμπιστοσύνη των πελατών.

Δεν υπάρχουν οργανωμένα προγράμματα απόσυρσης, ανακύκλωσης ή επιστροφής χρησιμοποιημένων προϊόντων, με τον πελάτη να αναλαμβάνει τη διαχείρισή τους. Η υιοθέτηση τέτοιων προγραμμάτων θα βελτίωνε τη βιωσιμότητα της εταιρείας, τη σχέση με τον πελάτη και θα ενθάρρυνε επαναλαμβανόμενες αγορές.

**2. Αρχιτεκτονική του προϊόντος**

Το βασικό προϊόν περιλαμβάνει ένδυση, υπόδηση και αξεσουάρ από διεθνή brands, διαθέσιμα σε καταστήματα και e-shop. Συνοδεύεται από πληροφορίες όπως περιγραφές, τιμές, μεγέθη, χρώματα, κωδικούς και εμπορικά στοιχεία, που παρέχονται μέσω ετικετών, POS, e-shop και ενημερώσεων. Η διαθεσιμότητα και η εξέλιξη των παραγγελιών παρακολουθούνται σε πραγματικό χρόνο μέσω ERP και PrestaShop.

Παρέχεται εξυπηρέτηση πελάτη με καθοδήγηση στα καταστήματα και υποστήριξη μέσω τηλεφώνου ή email για παραγγελίες και επιστροφές. Υπάρχει παράδοση μέσω συνεργαζόμενων courier και Click and Collect. Δεν προσφέρονται υπηρεσίες συντήρησης, ανακύκλωσης, εκπαίδευσης ή προγράμματα επαναχρησιμοποίησης, που θα ενίσχυαν την εμπειρία και διαφοροποίηση της πρότασης αξίας.

**3. Αρχιτεκτονική επιχειρηματικών διαδικασιών**

**3.1 Βαθμός Δόμησης**

Οι πλήρως δομημένες διαδικασίες της Altershops αφορούν την τιμολόγηση, την παρακολούθηση συναλλαγών. Επίσης αφορούν την διαχείριση και μεταφορά αποθεμάτων, τόσο για ενδοδιακινήσεις όσο και για ηλεκτρονικές παραγγελίες.

Οι διαδικασίες διαχείρισης εξωτερικών συνεργατών είναι ημιδομημένες, με καθορισμένους υπεύθυνους και επαναλαμβανόμενες διαδικασίες, αλλά προσαρμόζονται συχνά ανάλογα με τις ανάγκες, όπου η ανθρώπινη κρίση παίζει σημαντικό ρόλο. Η ανάλυση και ο σχεδιασμός παραγγελιών νέας σεζόν, εμπορικής επίδοσης και δειγματισμού βασίζονται σε τυποποιημένες διαδικασίες μέσω SAP BusinessObjects και KPIs, όμως περιλαμβάνουν και την υποκειμενική κρίση των CEO και Retail Manager. Οι πωλήσεις σε φυσικό κατάστημα είναι ημιδομημένες, λόγω αβεβαιότητας για τον υπεύθυνο πώλησης, τιμολόγησης και παραλαβών. Η διαχείριση προσωπικού ακολουθεί βασικές διαδικασίες πρόσληψης, εκπαίδευσης και αξιολόγησης, αλλά προσαρμόζεται συχνά στις ανάγκες της στιγμής, με αλλαγές και ανθρώπινη κρίση.

Αδόμητες διαδικασίες αποτελούν η διαπραγμάτευση και η καταχώρηση παραγγελιών, καθώς διαφοροποιούνται ανάλογα με τον προμηθευτή και στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό στην ανθρώπινη κρίση και τις αποφάσεις των CEO.

**3.2 Εύρος Συμμετοχής**

Στον εμπορικό σχεδιασμό συμμετέχουν οι CEO και ο Retail Manager, ενώ στον κύκλο παραγγελιών μόνο οι δύο CEO. Η περιορισμένη συμμετοχή διευκολύνει την επικοινωνία και τη ροή πληροφοριών, αλλά μειώνει την ποικιλία απόψεων. Οι διαδικασίες παραγγελιών απαιτούν ειδικές γνώσεις, χρόνο και εμπειρία.

Στο φυσικό κατάστημα συμμετέχουν πωλητές, Store Manager και Assistant Manager. Κάθε πώληση και τιμολόγηση γίνεται από τον πωλητή, προσφέροντας πλήρη προσαρμογή στις ανάγκες του πελάτη. Ο πελάτης εξυπηρετείται από διαθέσιμο πωλητή, ενώ αν δεν υπάρχει πωλητής στο ταμείο, η τιμολόγηση αναλαμβάνεται από τον ίδιο πωλητή, γεγονός που μπορεί να προκαλέσει ασάφειες και καθυστερήσεις.

Στις ενδοδιακινήσεις και τις ηλεκτρονικές παραγγελίες συμμετέχουν εργαζόμενοι αποθήκης, οδηγός και συνεργάτης αποστολών. Οι διαδικασίες είναι καλά δομημένες και το ERP SoftOne παρέχει ενημέρωση για κάθε στάδιο. Στο E-Shop εμπλέκονται η ομάδα E-Shop Management, οι εργαζόμενοι του customer service και ο εξωτερικός συνεργάτης AfterNet.

Οι αυτοματοποιημένες διαδικασίες, όπως καταχώρηση παραγγελιών και εγγραφή πελατών, απαιτούν ελάχιστη ανθρώπινη παρέμβαση. Αντίθετα, πιο σύνθετες ενέργειες όπως βελτιώσεις στο E-Shop, αναβαθμίσεις ERP, διορθώσεις σφαλμάτων και επιστροφές, απαιτούν ενεργό συμμετοχή από εξωτερικούς συνεργάτες και πολλούς εσωτερικούς ρόλους, με αυξημένες ανάγκες συντονισμού και πληροφόρησης.

**3.3 Επίπεδο Ενοποίησης**Στην Altershops υπάρχει κοινή κουλτούρα και ορολογία σε όλους τους ρόλους, με μικρές διαφοροποιήσεις ανά θέση. Στη συνεργασία με εξωτερικούς συνεργάτες επιδιώκεται κοινή κουλτούρα, αλλά συχνά υπάρχουν προβλήματα στην ανταλλαγή πληροφορίας, συντονισμό και συνεργασία. Η διαχείριση αποθεμάτων είναι ενοποιημένη μέσω ERP, εξασφαλίζοντας real-time πληροφόρηση και συντονισμό.

Το τμήμα προσωπικού λαμβάνει πληροφορίες για την επίδοση των εργαζομένων μέσω αυτοματοποιημένων reports του SAP BusinessObjects, προσφέροντας γρήγορη και αντικειμενική πληροφόρηση. Σε πιο ειδικές περιπτώσεις απαιτείται άμεση επικοινωνία με τα φυσικά καταστήματα ή την κεντρική διοίκηση, καθώς η επικοινωνία δεν βασίζεται αποκλειστικά στο σύστημα.

**3.4 Πολυπλοκότητα**Η συνεργασία με πολλούς εξωτερικούς συνεργάτες, η επικοινωνία με αυτους, η αποτελεσματική συνεργασία, συντονισμός και έλεγχος κατέχει πολυπλοκότητα. Αντίστοιχα οι πολλοί και διαφορετικών ειδών προμηθευτές, καθώς και τα πολλαπλά brands περιέχουν επίσης υψηλή πολυπλοκότητα. Η πολυπλοκότητα τόσο με τη συνεργασία με εξωτερικούς συνεργάτες και προμηθευτές δεν έχει καταπολεμηθεί, βασίζεται κυρίως στην ανθρώπινη κρίση και ειδικό χειρισμό των εμπλεκόμενων. Το Eshop, το Marketing και το ERP παρουσιάζουν μια μέση πολυπλοκότητα, όμως αποτελούν αντικείμενο εργασίας κυρίως των εξωτερικών συνεργατών.

Η διαχείριση, διάχυση των αποθεμάτων αποτελεί διαδικασία με υψηλή πολυπλοκότητα επίσης, έχει μειωθεί όμως το επίπεδο δυσκολίας λόγω αυτοματοποίηση μέσω του ERP. Στα φυσικά καταστήματα επικρατεί μέση/χαμηλή πολυπλοκότητα αφού δεν υπάρχουν σημαντικές ασάφειες και δυσκολίες και συνήθως όπου υπάρχουν δυσκολίες λύνονται τα προβλήματα με μεσολάβηση του store manager.

**3.5 Βαθμός Εξάρτησης από τις Μηχανές**Υπάρχει υψηλή εξάρτηση από τα Πληροφοριακό σύστημα ERP SoftOne σε logistics και αποθέματα και φυσικά καταστήματα. Επίσης. για την διεκπεραίωση παραγγελιών από ηλεκτρονικό κατάστημα υπάρχει μεγάλος βαθμός εξάρτησης σε ERP Softone και πλατφόρμα Eshop (Prestashop). Υπάρχει επίσης αρκετή εξάρτηση από το πληροφοριακό σύστημα SAP BusinessObjects για τις διοικητικές αποφάσεις, εμπορικό σχεδιασμό, κυκλου παραγγελιών και το myWorkplace την διαχείριση ανθρώπινων πόρων. Διαδικασίες που δεν υποστηρίζονται επαρκώς από μηχανές είναι ο κύκλος παραγγελιών, καθώς δεν υπάρχει αλγόριθμος πρόβλεψης ζήτησης με βάση τα δεδομένα των παραγγελιών από το φυσικό και το ηλεκτρονικό κατάστημα.

**3.6 Έμφαση σε Σχεδιασμό, Εκτέλεση, Έλεγχο**

Για τον έλεγχο των εργαζόμενων των φυσικών καταστημάτων, των παραγγελιών από φυσικά και ηλεκτρονικό κατάστημα, χρηματοοικονομικοί μετρικές και δείκτες γινονται απο το SAP BusinessObjects. Σύμφωνα με τα δεδομένα εντοπίζονται προβλήματα, γίνεται ανασχεδιασμός και πληροφόρηση της κατάστασης.

Μέσω του ERP πραγματοποιείται έλεγχος όλων των διαδικασιών που σχετίζονται με τα αποθέματα. Επιπλέον, με τη χρήση των αλγορίθμων του, υποστηρίζονται λειτουργίες όπως η ενημέρωση για απαιτούμενες ενδοδιακινήσεις και παραγγελίες του ηλεκτρονικού καταστήματος για αποθέματα τοποθετημένα σε φυσικα καταστηματα. Πρόκειται για μια αποτελεσματική αξιοποίηση εργαλείων που ενισχύει τον έλεγχο, τη λήψη αποφάσεων και τη συνολική λειτουργικότητα της επιχείρησης.

**3.7 Έμφαση σε Εξαιρέσεις, Λάθη και Δυσλειτουργίες**

Το customer support του ηλεκτρονικού καταστήματος έχει δημιουργηθεί ωστέ να ενημερώνονται και επιλύουν προβλήματα ή λάθη στις ηλεκτρονικές παραγγελίες. Το customer support δεν λειτουργεί αποκλειστικά για τις παραγγελίες απο το ηλεκτρονικό κατάστημα, σε ορισμένες περιπτώσεις μεσολαβεί για την επικοινωνία με φυσικό κατάστημα. Στα φυσικά καταστήματα οι πωλητές αλλά κυρίως ο store και assistant manager επιλύουν προβλήματα ή λαθη που αφορούν εργαζόμενους, πελάτες, αποθέματα, ζημιές, δυσλειτουργίες. Στην αποθήκη καθώς μεταφέρονται και τοποθετούνται αποθέματα γίνεται ταυτόχρονα ένας “ποιοτικός έλεγχος”, δεν υπάρχουν τυποποιημένες διαδικασίες που αφορούν ποιοτικούς ελέγχους αλλά αν παρατηρηθεί κάτι γίνονται οι κατάλληλες ενέργειες ανάλογα την κατάσταση.

**4. Αρχιτεκτονική συμμετεχόντων**

Παρά τη σαφή ύπαρξη αρμοδιοτήτων σε κάθε λειτουργική περιοχή της εταιρίας, στα υψηλότερα ιεραρχικά επίπεδα, όπως στη διοίκηση, στην αναπτυξη στρατηγικής, λειτουργίες επεκτατικότητας, γενική διαχείριση, νομικές συγκρούσεις και συμμόρφωση. Επίσης στο εμπορικό τμήμα, παρατηρείται έλλειψη αυστηρής δομής και καθορισμένων διαδικασιών, τόσο για την γενική διαχείριση και στρατηγική των φυσικών καταστημάτων, της επικοινωνίας με τους υπεύθυνους καταστήματος και διοίκησης.

**5. Αρχιτεκτονική πληροφορίας**

Η πληροφορία στην Altershops είναι πλήρως οργανωμένη γύρω από το ERP SoftOne, το οποίο λειτουργεί ως κεντρικό σύστημα διαχείρισης όλων των επιχειρησιακών δεδομένων. Τα προϊόντα καταγράφονται με πλήρη χαρακτηριστικά (κωδικός, brand, κατηγορία, μέγεθος, χρώμα, τιμή, απόθεμα, κύκλος ζωής), ενώ αντίστοιχα οργανωμένα είναι τα δεδομένα για προμηθευτές, πελάτες, συναλλαγές, αποθέματα, προσωπικό και παραστατικά.

Η πληροφορία ρέει ενιαία και σε πραγματικό χρόνο, με το ERP να διαχειρίζεται εμπορικά και αποθεματικά δεδομένα, το PrestaShop να καλύπτει το e-shop, το SAP BusinessObjects τις αναλύσεις και το MyWorkplace το προσωπικό. Η τεκμηρίωση γίνεται μέσω reports και templates, αν και υπάρχει περιορισμένη χρήση προτυποποίησης ή αυτοματοποιημένων προβλέψεων. Πρόκειται για ένα καλά δομημένο πληροφοριακό σύστημα, που υποστηρίζει τη λειτουργική συνέπεια και τον αποτελεσματικό συντονισμό μεταξύ φυσικού και ηλεκτρονικού καταστήματος. Ωστόσο, η αξιοποίηση πιο προηγμένων μεθόδων, όπως προγνωστικά analytics, θα μπορούσε να ενισχύσει περαιτέρω την απόδοση και την προληπτική λήψη αποφάσεων.

**6. Αρχιτεκτονική τεχνολογίας**

Η τεχνολογική αρχιτεκτονική της Altershops βασίζεται σε διασυνδεδεμένα συστήματα που καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες του οργανισμού. Το PrestaShop (σε cloud) διαχειρίζεται το e-shop, ενώ το SoftOne ERP αποτελεί τον πυρήνα για εμπορική και οικονομική διαχείριση. Το SAP BusinessObjects χρησιμοποιείται για αναλύσεις, το MyWorkplace για το προσωπικό, και τα εργαλεία της Google (Drive, Docs, Excel) για αρχεία και templates. Οι χρήστες αλληλεπιδρούν μέσω του e-shop, των POS, του ERP, barcode scanners και email.

Τα δεδομένα αποθηκεύονται σε MySQL βάσεις, με υποστήριξη εγγράφων σε Excel και Drive. Η υποδομή βασίζεται σε VPN και Windows. Όλα τα συστήματα συνδέονται γύρω από το ERP, προσφέροντας συνεχή ροή δεδομένων και λειτουργική κάλυψη. Παρότι το σύστημα είναι αξιόπιστο, η ενσωμάτωση προηγμένων analytics και API διασυνδέσεων θα μπορούσε να βελτιώσει περαιτέρω την απόδοση.

**7. Κριτήρια Πελάτη & Απόδοση Προϊόντων**

Η Altershops προσφέρει ευρύ φάσμα προϊόντων σε διαφορετικές τιμές. Οι πελάτες εκτιμούν επίσης χρόνο και ευκολία, με καλαίσθητα φυσικά καταστήματα και πλήρη υποστήριξη. Το e-shop παρέχει γρήγορη πλοήγηση, 24ωρη πρόσβαση, προσφορές, Click & Collect και αποστολές. Εκπτώσεις αυξάνουν την αξία, οι πολιτικές επιστροφών μειώνουν το ρίσκο, ενώ η online σύγκριση και τα loyalty προγράμματα διευκολύνουν τις αγορές.

Στην Altershops η ποιότητα βασίζεται σε λειτουργικότητα, αισθητική και αξία τιμής. Η άμεση εξυπηρέτηση, οι γρήγορες επιστροφές και η συνέπεια ανάμεσα σε φυσικό και ηλεκτρονικό κατάστημα βελτιώνουν την πελατειακή εμπειρία. Η συνεχής αξιολόγηση προμηθευτών και η σωστή διαχείριση αποθήκης και αποστολών διασφαλίζουν υψηλά πρότυπα.

Η ανταπόκριση στην Altershops εξασφαλίζεται με το SoftOne και την πλατφόρμα e-shop για άμεση ενημέρωση παραγγελιών και αποθεμάτων, επιταχύνοντας την εξυπηρέτηση. Στα φυσικά καταστήματα, η άμεση επικοινωνία πωλητών με πελάτες και η συνεργασία με τον store manager εξασφαλίζουν γρήγορη κάλυψη αναγκών και επίλυση προβλημάτων.

Η αξιοπιστία ενισχύεται από το SoftOne, που διασφαλίζει διαθεσιμότητα προϊόντων, σωστή καταγραφή επιστροφών και έγκαιρες αποστολές. Παρέχει ιχνηλασιμότητα, μειώνει σφάλματα και επιτρέπει ενημερώσεις σε πραγματικό χρόνο για ακριβή προγραμματισμό αποθεμάτων.

Η καταγραφή ενεργειών (audit trails) σε τιμολόγηση, συναλλαγές, αλλαγές τιμών και επιστροφές ενισχύει τη διαφάνεια, εξασφαλίζει φορολογική και λογιστική συμμόρφωση και επιτρέπει αναδρομικό έλεγχο, προλαμβάνοντας λάθη και παρέχοντας νομική κάλυψη. Το SAP BusinessObjects αυτοματοποιεί αναφορές ΦΠΑ, ισοζυγίων και ταμειακών ροών, υποστηρίζοντας την έγκαιρη υποβολή στοιχείων. Η συνεργασία με την PwC διασφαλίζει ευθυγράμμιση με φορολογικά, λογιστικά και λειτουργικά πρότυπα, προσφέροντας συμβουλευτική για αλλαγές (π.χ. MyData, ESG). Σε ειδικές περιπτώσεις συνεργάζονται και νομικοί σύμβουλοι. Η χρήση πιστοποιημένων servers και κρυπτογράφησης, μαζί με νομική υποστήριξη, διασφαλίζει τη συμμόρφωση με την προστασία προσωπικών δεδομένων.

**8. Απόδοση Επιχειρηματικών Διαδικασιών**

Η εταιρεία προμηθεύεται ρούχα από εξωτερικούς συνεργάτες, με τον ρυθμό και την ποσότητα των αποθεμάτων να καθορίζονται από τον εποχιακό προγραμματισμό παραγγελιών και τη συνεργασία με τους προμηθευτές. Η συνέπεια στις διαδικασίες παραλαβής και διαχείρισης αποθεμάτων διασφαλίζει την ποιότητα, περιορίζει τα σφάλματα και συμβάλλει στην ομαλή λειτουργία της επιχείρησης.

Η παραγωγικότητα ενισχύεται μέσω αποτελεσματικής διαχείρισης αποθεμάτων με ERP και τυποποιημένες διαδικασίες, μειώνοντας τα ανθρώπινα λάθη. Η εξωτερική ανάθεση σε ειδικούς συνεργάτες εξοικονομεί χρόνο και κόστος, ενώ η επίβλεψη από καταρτισμένους εργαζόμενους διασφαλίζει ποιότητα και αποδοτικότητα.

Οι αυτοματοποιήσεις στο ERP, την πλατφόρμα E-shop και το reporting εξασφαλίζουν τυποποίηση και συνέπεια, σε συμφωνία με τις αρχές του Total Quality Management (TQM). Οι δομημένες και ημιδομημένες διαδικασίες ενισχύουν τη σταθερότητα των αποτελεσμάτων, μειώνοντας την απόκλιση και τα σφάλματα.

Ο κύκλος πώλησης στο φυσικό κατάστημα προσαρμόζεται στις ανάγκες του πελάτη με προσωπική καθοδήγηση από τον πωλητή. Στο ηλεκτρονικό κατάστημα, η διεπαφή παρέχει πλήρη πληροφόρηση και έλεγχο για άνετη ολοκλήρωση παραγγελίας. Η διαχείριση αποθεμάτων συνδέεται με άλλες διαδικασίες, ενώ τα τμήματα με εξωτερικούς συνεργάτες εξαρτώνται από την αποτελεσματικότητα και συνέπεια τους.

Η Altershops διαθέτει υψηλή ευελιξία με προμηθευτές και εξωτερικούς συνεργάτες, καθώς μπορούν εύκολα να αντικατασταθούν ή να προσαρμόσουν τις λειτουργίες τους στις ανάγκες της εταιρείας, χωρίς σημαντικό κόστος σε χρόνο ή χρήμα. Αυτό προσφέρει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η ασφάλεια διασφαλίζεται μέσω της φυσικής ασφάλειας με CCTV, RFID, ελεγχόμενες εισόδους, έξοδοι κινδύνου και πυροσβεστήρες για την ασφάλεια σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης. Νομικής συμμόρφωσης από το λογιστήριο και νομικούς, έλεγχος αποθεμάτων στην αποθήκη. Το POS εξασφαλίζει ακριβή και άμεση τιμολόγηση και υπάρχουν συστήματα logging στο E-shop.

**9. Απόδοση Πληροφορίας**

Τα δεδομένα παραγγελιών, πωλήσεων, αποθέματος, χρηματοροών και KPIs είναι ιδιαίτερα ακριβή, καθώς η εισαγωγή τους γίνεται αυτόματα, χωρίς ανθρώπινα σφάλματα. Περιλαμβάνουν πλήρη στοιχεία για την τοποθεσία και την ημερομηνία εισαγωγής, διασφαλίζοντας υψηλό επίπεδο ακρίβειας και αξιοπιστίας.

Η χρήση SAP BusinessObjects επιτρέπει παρουσίαση εξατομικευμένων reports και dashboards, προσαρμοσμένα στη θέση εργασίας, προσφέρουν άμεση και στοχευμένη πρόσβαση σε δεδομένα για αποτελεσματική λήψη αποφάσεων και συνεχή πληροφόρηση.

Η ασφάλεια διασφαλίζεται μέσω ρόλων πρόσβασης ανά σύστημα, VPN, αντιγράφων ασφαλείας στη MySQL και περιορισμένων δικαιωμάτων, προστατεύοντας την εμπιστευτικότητα, την ακεραιότητα και τη διαθεσιμότητα των δεδομένων.

**10. Απόδοση των Συμμετεχόντων**

Οι εργαζόμενοι στα φυσικά καταστήματα χρειάζονται δεξιότητες τιμολόγησης, εξυπηρέτησης, συνεργασίας, επίλυσης προβλημάτων, διατήρησης χώρου και βασικής διαχείρισης. Στο e-shop απαιτούνται γνώσεις υπολογιστή, διαχείρισης περιεχομένου, φωτογράφισης προϊόντων και τεχνικής επικοινωνίας με συνεργάτες. Ο CEO και ο εμπορικός διευθυντής πρέπει να έχουν γνώσεις διοίκησης, στρατηγικής, διαπραγμάτευσης, διαχείρισης πληροφοριών και λήψης αποφάσεων. Το HR τμήμα παρουσιάζει δυσκολίες στην εύρεση υπευθύνων καταστημάτων, επιβαρύνοντας το εμπορικό τμήμα και τον διευθυντή.

Οι CEO έχουν τον τελικό λόγο σε αποφάσεις, συμμετέχοντας στον εμπορικό σχεδιασμό και στις οικονομικές με το λογιστήριο. Ο Retail Manager ελέγχει τα φυσικά καταστήματα και συμμετέχει στον σχεδιασμό. Η συγκέντρωση ευθυνών σε λίγα άτομα προκαλεί φόρτο που μπορεί να μειώνει την αποδοτικότητα.

Υπάρχει υψηλή αφοσίωση και ικανοποίηση στα υψηλότερα ιεραρχικά επίπεδα στα μεσαία ιεραρχικά επίπεδα υπάρχει υψηλή/μέση ικανοποίηση και αφοσίωση .Στους υπαλλήλους των φυσικών καταστημάτων υπάρχει μικρότερη ικανοποίηση και χαμηλότερη αφοσίωση. Υπάρχει δυσκολία στον εντοπισμό ικανών και αφοσιωμένων υπευθύνων καταστημάτων.

# **Μέρος Γ’ Εισηγήσεις για Παρέμβαση**

## **Παρέμβαση 1. Αλγόριθμος πρόβλεψης ζήτησης**

Μια σημαντική παρέμβαση αφορά την απόκτηση ενός αλγορίθμου πρόβλεψης ζήτησης για τη διαδικασία παραγγελίας νέου stock. Σήμερα, οι παραγγελίες βασίζονται κυρίως στην εμπειρία και την υποκειμενική κρίση των δυο CEO, με αποτέλεσμα να υπάρχει κίνδυνος υπερπαραγγελίας ή έλλειψης προϊόντων. Η πρόβλεψη ζήτησης είναι μια πολύπλοκη διαδικασία με πάρα πολλούς παράγοντες, ορισμένους από τους οποίους είναι αδύνατο να προβλεφθούν. Οι δύο CEO μελετούν reports, δείκτες και KPI ώστε να κατανοήσουν τα δεδομένα και, σύμφωνα με τις διαθέσιμες επιλογές προμηθευτών και brands, να γίνει ο δειγματισμός και τέλος η παραγγελία. Για να αντιμετωπιστεί αυτή η πολυπλοκότητα, απαιτείται η χρήση εξειδικευμένης μηχανής ή αλγορίθμου που θα υποστηρίζει και θα αυτοματοποιεί τη διαδικασία, βελτιώνοντας την ακρίβεια και την αποτελεσματικότητα των προβλέψεων.

Ο προτεινόμενος αλγόριθμος θα επεξεργάζεται ιστορικά δεδομένα πωλήσεων ανά προϊόν, κατάστημα και σεζόν, εντοπίζοντας πρότυπα αγοραστικής συμπεριφοράς. Θα λαμβάνει υπόψη τάσεις μόδας, περιόδους υψηλής ζήτησης, προωθητικές ενέργειες, αποθέματα, χρόνους παράδοσης και περιορισμούς προμηθευτών. Με βάση μοντέλα χρονοσειρών (ARIMA, Prophet) ή μηχανικής μάθησης (LSTM), θα προτείνει τη βέλτιστη ποσότητα παραγγελίας. Μπορεί να ενσωματωθεί στο ERP ή να λειτουργεί ως ξεχωριστό module, βελτιώνοντας τις αποφάσεις, μειώνοντας σφάλματα και αυξάνοντας την αποδοτικότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Τα αποτελέσματα του αλγορίθμου αξιολογούνται μέσω του SAP BusinessObjects, το οποίο προσφέρει αναλυτικά reports και δυναμικά dashboards σε πραγματικό χρόνο. Η ανάλυση δεδομένων, όπως πωλήσεις, παραλαβές, διαθέσιμα αποθέματα, προσφορές, επιστροφές και εποχικότητα, επιτρέπει γρήγορη ανίχνευση προβλημάτων και έγκαιρη λήψη διορθωτικών μέτρων. Μελλοντικά, το σύστημα μπορεί να εξελιχθεί ώστε να προσαρμόζεται σε αστάθειες της αγοράς, ενισχύοντας την ευελιξία, την ακρίβεια και την αποδοτικότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας και τη στρατηγική λήψη αποφάσεων.

Οι διαδικασίες που θα επηρεαστούν σημαντικά από την εφαρμογή του αλγορίθμου πρόβλεψης ζήτησης περιλαμβάνουν την Ανάλυση & Σχεδιασμός σεζόν. Πιο συγκεκριμένα θα ο αλγόριθμος θα αυτοματοποιήσει την ανάλυση επίδοσης προηγούμενης σεζόν μέσω Business Objects, την Ανάλυση τάσεων αγοράς και benchmarking και σχεδιασμός εμπορικής πολιτικής ανά κατηγορία.

Κατά τον σχεδιασμό του αλγορίθμου, μπορεί να γίνει παραμετροποίηση ώστε να εφαρμόζονται κοινές πολιτικές, ειδικοί κανόνες, προτιμήσεις ή απαγορεύσεις που θέτει η κεντρική διοίκηση. Τα αποτελέσματα του αλγορίθμου θα βασίζονται σε ποσοτικά δεδομένα και θα παρουσιάζονται σε μορφή αναφοράς (report). Με βάση αυτή την αναφορά, οι δύο CEO θα έχουν τη δυνατότητα να προχωρήσουν σε τελικές προσαρμογές εφόσον διαπιστώσουν σφάλματα, αποκλίσεις ή άλλους παράγοντες που δεν έχει ενσωματώσει σωστά το σύστημα. Οπότε η νέα διαδικασία είναι η “Ανάλυση αποτελεσμάτων αλγόριθμου πρόβλεψης ζήτησης” και μια επιπλέον μή υποχρεωτική είναι “Προσαρμογή παραγγελίας από τους CEO”. Έτσι διατηρείται ο ανθρώπινος έλεγχος, ενώ ο αλγόριθμος λειτουργεί υποστηρικτικά στη λήψη αποφάσεων.

Η υιοθέτηση αλγορίθμου πρόβλεψης ζήτησης μειώνει το κόστος αποθεμάτων και τις απώλειες από ελλείψεις, βελτιώνει τη διαχείριση κεφαλαίου και την ακρίβεια στον προγραμματισμό logistics. Ενισχύει την αποδοτικότητα αποθήκης, μειώνει έκτακτες μεταφορές και βελτιώνει το συντονισμό με προμηθευτές, οδηγώντας σε σταθερότερες συνεργασίες και καλύτερους όρους προμήθειας. Επιπλέον, δίνει στην επιχείρηση σαφή εικόνα των καταναλωτικών τάσεων, αυξάνοντας τη στρατηγική της ανταγωνιστικότητα. ανέφερε σαν ιδέες και άλλα οφέλη

Η εφαρμογή του αλγορίθμου πρόβλεψης ζήτησης μειώνει τον φόρτο εργασίας των CEO, περιορίζει το ρίσκο, το άγχος και την πίεση, ενώ ενισχύει την εργασιακή τους ικανοποίηση. Οι αποφάσεις βασίζονται σε αντικειμενικά δεδομένα, μειώνοντας την ανάγκη συνεχούς εμπειρικής αξιολόγησης. Παράλληλα, αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και εναρμονίζεται με τον στόχο της πλήρους ψηφιοποίησης, ενισχύοντας τον ψηφιακό μετασχηματισμό της επιχείρησης σε κάθε τομέα όπου η αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων αποδεικνύεται αποδοτική.

Επηρεάζονται άμεσα οι εξής Διαδικασίες:













## **Παρέμβαση 2. Νέο πληροφοριακό σύστημα για υποστήριξη HR**

Η δεύτερη παρέμβαση αφορά την αντικατάσταση του MyWorkplace με ένα προηγμένο πληροφοριακό σύστημα HR. Σχεδόν σε όλες τις θέσεις εργασίας, κυρίως σε μεσαίες και κατώτερες ιεραρχικά, υπάρχουν σημαντικές ελλείψεις τεχνογνωσίας και ικανοτήτων. Αυτός είναι ο λόγος που η επιχείρηση βασίζεται σε αυξημένη εξάρτηση από εξωτερικούς συνεργάτες. Υπάρχουν ελλείψεις και έλλειψη εξειδικεύσεων σχεδόν σε όλες τις θέσεις εργασίας, ιδιαίτερα στους store managers, assistant managers και το εμπορικό τμήμα, γεγονός που υπογραμμίζει τις δυσλειτουργίες του τμήματος ανθρώπινου δυναμικού.

Το πρόβλημα είναι ιδιαίτερα κοινό σε ελληνικές επιχειρήσεις, όπου οι περιορισμοί κόστους και βιωσιμότητας καθιστούν ανέφικτες τις αυξήσεις μισθών. Ως εκ τούτου, μια ρεαλιστική και οικονομικά αποδοτική λύση είναι η αυτοματοποίηση της συλλογής και αξιολόγησης αιτήσεων, προκειμένου να αυξηθεί ο αριθμός και η ποιότητα των υποψηφίων. Με αυτόν τον τρόπο βελτιώνεται η αποτελεσματικότητα της πρόσληψης χωρίς επιπλέον λειτουργικά κόστη.

Η νέα λύση θα δημιουργεί αγγελίες με τη βοήθεια AI και θα τις προωθεί αυτόματα σε πλατφόρμες, ενώ στη συνέχεια θα αναλύει και αξιολογεί τα βιογραφικά. Θα υποστηρίζει προγραμματισμό και παρακολούθηση εκπαίδευσης μέσω e-learning, καθώς και διαχείριση προαγωγών, μετακινήσεων και ανάπτυξης καριέρας, βελτιώνοντας την εργασιακή ικανοποίηση. Παράλληλα, θα παρέχει ανάλυση δεδομένων για πρόβλεψη αναγκών προσωπικού βάσει εποχικότητας και πωλήσεων, ενσωματώνοντας εργαλεία feedback για καλύτερη επικοινωνία εργαζομένων-διοίκησης. Τέλος, θα ενισχύει τη συμμόρφωση με εργατικά και φορολογικά πλαίσια μέσω αυτοματοποιημένων διαδικασιών.

Θα αντικατασταθούν πλήρως η προώθηση αγγελίας για απόκτηση βιογραφικών και η αξιολόγησή τους. Οι συνεντεύξεις και η επιλογή υποψηφίων θα γίνονται από το HR, με τεχνολογική υποστήριξη για ακρίβεια και ταχύτητα. Η ένταξη στην εταιρεία και η εκπαίδευση θα υλοποιούνται κατά κύριο λόγο με αυτοματοποιημένα εργαλεία. Η περιοδική αξιολόγηση και το feedback θα διενεργούνται σχεδόν πλήρως ψηφιακά. Τέλος, η αναπροσαρμογή ρόλων και η επανεκπαίδευση θα υποστηρίζονται με αυτοματοποιημένες εισηγήσεις και ψηφιακή μάθηση.

Οι νέες διαδικασίες που θα αφορούν την διαχείριση προσωπικού θα είναι η “δημιουργία νέας αγγελίας για θέση εργασίας”, με πλήρη στοιχεία όπως περιγραφή, απαιτούμενα προσόντα, στοιχεία επικοινωνίας. Η διαδικασία αυτή θα γίνεται μέσω του συστήματος και θα προωθείται αυτόματα. Παραμένουν οι διαδικασίες “Συνεντεύξεις και επιλογή υποψηφίων” και “Ένταξη στην εταιρεία και εκπαίδευση”. Η εκπαίδευση θα πραγματοποιείται σε μικρότερο βαθμό απο εργαζόμενους, θα υποστηρίζεται από εργαλεία.

Ένα πληροφοριακό σύστημα που καλύπτει τις ανάγκες της Altershops είναι το Workday HCM, χάρη στην ευκολία χρήσης, τη γρήγορη υλοποίηση και την ταχεία απόδοση επένδυσης με λιγότερο τεχνικές απαιτήσεις. Αν και το SAP SuccessFactors προσφέρει μεγαλύτερη παραμετροποίηση και πιο εξελιγμένα εργαλεία ανάλυσης, η πολυπλοκότητα και το υψηλό κόστος το καθιστούν λιγότερο πρακτικό. Επομένως, καλυτερη επιλογή αποτελεί το Workday για την ευελιξία και την απλοποίηση των διαδικασιών HR, ενώ το SAP αποτελεί επιλογή για μελλοντικές, πιο απαιτητικούς σκοπούς.

Η εφαρμογή του νέου πληροφοριακού συστήματος HR θα μειώσει τον φόρτο εργασίας, αυξάνοντας την ακρίβεια και συνέπεια στη διαχείριση προσωπικού. Θα ενισχύσει τη διαφάνεια, βελτιώνοντας την εμπιστοσύνη των εργαζομένων και επιταχύνοντας την ανταπόκριση σε αλλαγές και προβλήματα. Παράλληλα, θα βελτιώσει την εμπειρία των εργαζομένων μέσω προσωποποιημένων υπηρεσιών και ευκαιριών ανάπτυξης, μειώνοντας γραφειοκρατία ώστε το HR να εστιάσει σε στρατηγικά ζητήματα. Θα υποστηρίξει τον στρατηγικό σχεδιασμό ανθρώπινου δυναμικού, αυξάνοντας την ευελιξία στη διαχείριση, την εργασιακή ικανοποίηση και τη διατήρηση προσωπικού, ενώ παράλληλα θα μειώσει τον κίνδυνο νομικών παραβάσεων μέσω τήρησης κανονισμών.

Επηρεάζονται άμεσα οι εξής Διαδικασίες:



# **Παράρτημα**







