

*Νίκος Σιάγκρης*

**«Πάντα διαθέτουμε ετοιμοπαράδοτα χιλιάδες είδη σε ανταγωνιστικές τιμές, γι' αυτό και διατηρούμε μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες μας»**

*Ο αντιπρόεδρος της «Gloria - Σιάγκρης Ι.Ν. Α.Ε.» μας μιλάει για την επιτυχημένη διαδρομή της εταιρείας στο χώρο των ειδών υγιεινής, για την ιστορική απόφασή της να εισάγει ποιοτικά προϊόντα από την Κίνα και για τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της χάρη στα οποία έχει κατακτήσει την ελληνική αγορά.*

*Συνέντευξη στη Γεωργία Μολώση*

**Α**πό το μακρινό 1976 μέχρι σήμερα, η επιχείρηση εμπορίας ειδών υγιεινής την οποία ίδρυσε η οικογένεια Σιάγκρη συνεχίζει να αναπτύσσεται και να προσαρμόζεται στα νέα δεδομένα κάθε εποχής –και ειδικότερα των τελευταίων δύο χρόνων– με σοβαρότητα, πολύ προσεκτικά βήματα, αλλά και τόλμη. Η «Gloria» τόλμησε να εμπιστευτεί την κινεζική ποιότητα στην πορσελάνη ήδη από το 2000, την εποχή των «παχέων αγελάδων» για τους Έλληνες καταναλωτές, οι οποίοι παραδοσιακά προτιμούσαν τα ακριβά ιταλικά προϊόντα –με αρωγό τους, βέβαια, και τον εύκολο τραπεζικό δανεισμό για πάσα ανάγκη, ο οποίος «ευδοκίμωσε» εκείνη τη χρονική περίοδο. Η εταιρεία τόλμησε επίσης, ήδη από το 2009, να αλλάξει το μηχανογραφικό της σύστημα και να δημιουργήσει ένα σύγχρονο ηλεκτρονικό κατάστημα για τις πωλήσεις χονδρικής. Παρά την αρχική διστακτικότητα των πελατών της, η «Gloria» δικαιώθηκε πολύ σύντομα, με αποτέλεσμα σήμερα να διαθέτει ένα από τα ταχύτερα αναπτυσσόμενα e-shop, την ώρα που εξαιτίας της πανδημίας πολ-

**Δύο γενιές Gloria:  
Ο αντιπρόεδρος κ. Νίκος Σιάγκρης (δεξιά)  
με τον πατέρα του, τον κ. Γιάννη Σιάγκρη,  
πρόεδρο και ιδρυτή της εταιρείας.**





λές επιχειρήσεις σπεύδουν με αγωνία –και όχι πάντα με επιτυχία– να ανταποκριθούν στην επιτακτική ανάγκη και στη νέα συνθήκη του κοινού για online αγορές. Όλα τα παραπάνω, σε συνδυασμό με το χτίσιμο προσωπικών και ειλκρινών σχέσεων εμπιστοσύνης με κάθε πελάτη, καθώς και με την προσιτή τιμολογιακή πολιτική, είναι τα στοιχεία που συνιστούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της «Gloria», όπως τονίζει στη συνέντευξή του ο αντιπρόεδρος της εταιρείας κ. Νίκος Σιάγκρης.

– **Κύριε Σιάγκρη, η εταιρεία σας δραστηριοποιείται στην εισαγωγή και εμπορία ειδών υγιεινής με μεγάλη επιτυχία, επί δεκαετίες. Ποια ήταν η κρίσιμότερη στιγμή ή το σημαντικότερο ορόσημο σε αυτή την πολυετή διαδρομή της Gloria;**  
– Η εταιρεία μας ιδρύθηκε το 1976 και αρχικά δραστηριοποιήθηκε στον τομέα των εξαρτημάτων για είδη υγιεινής, των μπιαταριών, των επίπλων μπάνιου, των πορσελάνων και των συναφών υδραυλικών ειδών, με προϊόντα ευρωπαϊκά και ως επί το πλείστον ιταλικά. Το σημαντικότερο ορόσημο στην πολυετή μας διαδρομή ήταν η μετάβαση στην αγορά προϊόντων από την Κίνα, γεγονός το οποίο έλαβε χώρα μεταξύ των ετών 2000 και 2002.

**«Στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις μας έκτασης 20.000 τ.μ. διατίθενται ετοιμοπαράδοτοι πάνω από 5.000 διαφορετικοί κωδικοί ειδών»**

– **Με ποιον τρόπο έχουν διαφοροποιηθεί οι απαιτήσεις των καταναλωτών με το πέρασμα των χρόνων;**  
– Γενικότερα, στο παρελθόν, το αγοραστικό κοινό είχε μάθει να επιλέγει ακριβά και επώνυμα είδη. Όταν άρχισε η μαζική εισαγωγή διαφόρων κινεζικών προϊόντων στην ελληνική αγορά, αρχικά οι καταναλωτές τα απέρριπταν, γιατί δεν ανταποκρίνονταν στις προσδοκίες τους εξαιτίας της κακής ποιότητάς τους. Ωστόσο, με την πάροδο του χρόνου, μεγάλες εταιρείες της Δύσης μετέφεραν τεχνολογία στην Κίνα, με αποτέ-

λεσμα να εξομαλυνθεί η ποιτική διαφορά των κινεζικών προϊόντων σε σχέση με αυτή των ευρωπαϊκών, κι έτσι να αναστραφεί το αρνητικό κλίμα. Σήμερα, πλέον, οι απαιτήσεις των καταναλωτών αυξάνονται σταθερά. Σταδιακά διαπιστώσαμε ότι οι περισσότεροι αναζητούν όχι μόνο τα καλύτερα και τα ποιοτικότερα είδη, αλλά ταυτόχρονα και τα πιο οικονομικά.

– **Τι ακριβώς περιλαμβάνει η γκάμα των προϊόντων σας και ποιο θεωρείτε ότι είναι το ανταγωνιστικό σας πλεονέκτημα στην αγορά;**

– Τα πέντε σημαντικότερα μέρη της γκάμας των προϊόντων μας είναι οι πορσελάνες, τα έπιπλα μπάνιου, οι μπιαταρίες νιπτήρων, νεροχυτών και μπάνιου, οι καθρέφτες και οι καμπίνες. Επίσης διαθέτουμε πληθώρα αξεσουάρ μπάνιου, είδη για άτομα με ειδικές ανάγκες και νεροχύτες. Να σημειώσω επίσης ότι η Gloria είναι αποκλειστική αντιπρόσωπος της Huida Ceramic Group Co. στην Ελλάδα. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να δουν όλα τα είδη μας στην εταιρική ιστοσελίδα μας, όπως και στο νέο μας κατάλογο για την τριετία 2021 - 2023, ο οποίος αριθμεί 415 σελίδες. Κατά τη γνώμη μου, το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα είναι ότι στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις μας, έκτασης 20.000 τ.μ., διατίθενται ετοιμοπαράδοτοι πάνω από 5.000 διαφορετικοί κωδικοί ειδών, γεγονός το οποίο, σε συνδυασμό με την ανταγωνιστική τιμολογιακή μας πολιτική, έχει δημιουργήσει μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες μας.

– **Με ποια κριτήρια επιλέξατε να αντιπροσωπεύσετε στην Ελλάδα την κινεζική εταιρεία Huida Ceramic Group Co.;**  
– Η επιλογή της συγκεκριμένης εταιρείας μόνο τυχαία δεν ήταν από εμάς. Η Huida ήταν και συνεχίζει να είναι μια παγκόσμια δύναμη στην πορσελάνη, η ποιότητα της οποίας είναι αναγνωρισμένη διεθνώς.

– **Τι είναι αυτό που προσέχει ιδιαίτερα ο Έλληνας καταναλωτής; Ποιο είναι το βασικό του κριτήριο επιλογής;**  
– Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης που συνεχίζεται ακόμα και σήμερα, το βασικό κριτήριο του Έλληνα καταναλωτή είναι πλέον η οικονομικότερη λύση σε σχέση με την ποιότητα: αυτό δηλαδή που ονομάζουμε «value for money».

– **Όπως αναφέρατε παραπάνω, ασχολείστε δυναμικά και με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Τι ανταπόκριση έχει το e-shop της Gloria;**  
Το e-shop της Gloria, το οποίο απευθύνεται αποκλειστικά σε πελάτες χονδρικής,

Ξεκίνησε να λειτουργεί από το 2009, όταν εγκαταστήσαμε νέο μηχανογραφικό σύστημα. Οι εγγεγραμμένοι χρήστες το 2010 ήταν μετά βίας 100, αλλά σήμερα έχουν φτάσει τους περίπου 2.200. Το 2016 πραγματοποιήθηκαν 5.740 παραγγελίες μέσω του ηλεκτρονικού μας καταστήματος, ενώ από τις αρχές του 2021 μέχρι αυτή τη στιγμή έχουμε 11.762 παραγγελίες. Μιλάμε, δηλαδή, συγκριτικά για μια αύξηση της τάξης του 100%.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα της Gloria είναι από τα ταχύτερα αναπτυσσόμενα στην ελληνική αγορά, καθώς προσφέρει online παρακολούθηση παραγγελίας, δυνατότητα εμφάνισης υπολοίπων αποθήκης, συνεχή ενημέρωση για είδη που εκποιούνται, δημιουργία προσφορών, αλλά και τα οικονομικά στοιχεία των πελατών μας, όπως είναι το λογιστικό υπόλοιπο, τα εκκρεμή αξιόγραφα κλπ.

*– Δεδομένου ότι κυρίως εισάγετε τα προϊόντα σας, πώς αντιμετωπίσατε την εκτόξευση των ναύλων στα κοντέινερ, η οποία ξεκίνησε πριν από τα τέλη του 2020;*

– Στην αρχή απορροφήσαμε τις πρώτες αυξήσεις των ναύλων, ώστε να προσπατήσουμε τους πελάτες μας και κατ' επέκταση τον τελικό αγοραστή. Ωστόσο, όταν η τιμή άρχισε να εκτοξεύεται σε πολύ υψηλά επίπεδα, και προκειμένου η εταιρεία μας να είναι σε θέση να εισάγει και να έχει άμεση διαθεσιμότητα σε όλους τους κωδικούς των ειδών μας, έπρεπε να λάβουμε κι εμείς κάποια μέτρα. Έτσι, αρχικά τυπώσαμε νέο κατάλογο με αυξημένες τιμές βάσης των προϊόντων μας. Δυστυχώς, όμως, όσο αυτή η κατάσταση συνεχίζεται, είμαστε αναγκασμένοι να μειώνουμε την έκπτωση που παρέχουμε στους πελάτες μας.

*– Ποια είναι η κατάσταση που επικρατεί αυτή τη στιγμή στην αγορά και τι σκοπεύετε να κάνετε από εδώ και πέρα; Έχουν ανέβει πολύ πλέον οι τιμές των προϊόντων σας σε σύγκριση με τις περσινές;*

– Από την έκδοση του νέου μας καταλόγου, το Μάιο του



**«Απώτερος σκοπός μας είναι να βγει η εταιρεία αλώβητη και από αυτή την κρίση και να συνεχίσει να αναπτύσσεται με σταθερό ρυθμό, εισάγοντας υψηλής ποιότητας προϊόντα»**

2021, έχουν ανεβεί οι τιμές μας κατά περίπου 40% στα ογκώδη είδη. Στα μικρού μεγέθους προϊόντα η αύξηση είναι της τάξης του 15% περίπου. Αυτή τη στιγμή, όμως, δεχόμαστε νέες αυξήσεις που

φτάνουν έως και το 35%· όχι λόγω της αύξησης του κόστους των μεταφορικών, αλλά εξαιτίας της αύξησης του ενεργειακού κόστους στην Κίνα. Από εδώ και πέρα θα δώσουμε ιδιαίτερη βάση στις

νέες μας παραγγελίες, οι οποίες θα πρέπει να ανταποκρίνονται στη ζήτηση και να μην συσσωρεύουν υπερβολικό όγκο αποθέματος.

*– Γενικότερα, ποια είναι τα προβλήματα που αντιμετωπίζετε εξαιτίας της πανδημίας;*

– Το βασικότερο πρόβλημα είναι η καθυστέρηση στον ανεφοδιασμό με εμπορεύματα, καθώς και η μεγάλη αύξηση στο κόστος του ανεφοδιασμού, όπως προαναφέραμε. Είναι μια καθημερινή πρόκληση που αντιμετωπίζουμε τον τελευταίο καιρό, προκειμένου να παραμείνουμε σε θέση να τροφοδοτούμε άμεσα τους πελάτες μας. Εξάλλου, η σταθερότητα και η υπευθυνότητά μας είναι οι βασικοί λόγοι που μας καθιστούν την πρώτη επιλογή στις προτιμήσεις τους.

*– Τι σχεδιάζετε για το μέλλον της Gloria;*

– Απώτερος σκοπός όλων μας είναι να βγει αλώβητη η εταιρεία από αυτή την κρίση που βιώνουμε και να συνεχίσει να αναπτύσσεται με σταθερό ρυθμό, εισάγοντας υψηλής ποιότητας προϊόντα, τα οποία, σε συνδυασμό με την ανταγωνιστική τιμολογιακή μας πολιτική, θα μας επιτρέψουν να διατηρήσουμε την πρώτη θέση στις επιλογές των πελατών μας. □

