

Κατά 80% αυξήθηκαν οι κατ' οίκον παραδόσεις της ACS σε 1 μήνα. Εξυπηρετήθηκαν 3,5 εκατ. παραλήπτες στο lock down

2020/05/07 01:07 στην κατηγορία TAXYΔΡΟΜΕΙΑ

Η εκρηκτική άνοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα ωφέλησε τις εταιρείες ταχυμεταφορών, οι οποίες διαπίστωσαν σημαντική άνοδο του αριθμού αποστολών και εσόδων.

Από την άλλη πλευρά, δημιούργησε πρόσθετες απαιτήσεις σε στόλο, ανθρώπινο δυναμικό και μηχανοργάνωση, ενώ δεν έλειψαν τα παράπονα των πελατών για καθυστερήσεις και πλημμελή ενημέρωση.

Σύμφωνα με στελέχη της ACS, η αύξηση στις κατ' οίκον παραδόσεις ανήλθε στο 80% την περίοδο μέσα Μαρτίου - μέσα Απριλίου, σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο.

Κατά το διάστημα του lock down και παρά τις όποιες δυσκολίες, η εταιρεία εξυπηρέτησε περισσότερους από 3.500.000 παραλήπτες.

Παράλληλα, όπως επισημαίνουν στελέχη της εταιρείας, προχώρησε συνολικά στην αγορά και εκμίσθωση περισσότερων από 100 αυτοκινήτων και στην αγορά 20 δικύκλων και στην αύξηση του δυναμικού κατά 40% άτομα για τη διαλογή και τη διανομή των αποστολών.

Επίσης, στην

εκμίσθωση νέων αποθηκευτικών χώρων, επιφάνειας άνω των 4.000 τμ, στην αύξηση των δρομολογίων των φορτηγών της εταιρείας μεταξύ των μεγάλων πόλεων της χώρας, στην αγορά πρόσθετου εξοπλισμού (παλέτες, παλετοφόρα, καρότσια, τηλέφωνα, PDA, laptop κα), αλλά και στην ενίσχυση του τηλεφωνικού της κέντρου.

Επιπλέον, επιδότησε τις παραδόσεις στο δίκτυο των συνεργατών πρακτόρων της – που λειτουργούν 270 καταστήματα, απασχολώντας περισσότερους από 2.500 εργαζομένους πανελλαδικά – για την αμεσότερη διανομή των αποστολών.

Μετά από όλες αυτές τις ενέργειες, φαίνεται ότι το τελευταίο διάστημα παρουσιάζεται βελτίωση του μέσου χρόνου παράδοσης, ο οποίος έχει διαμορφωθεί περίπου **στις 3-4 ημέρες**, με ελάχιστες εξαιρέσεις.

Στις επόμενες ημέρες, σύμφωνα με στελέχη της ACS, υπάρχει η εκτίμηση ότι θα σταθεροποιηθούν πιο χαμηλά οι χρόνοι παράδοσης.

“Βεβιασμένη κίνηση η αύξηση τιμών”, επισημαίνει η εταιρεία

Σχετικά με το ακανθώδες ζήτημα της αύξησης τιμών, η εταιρεία υποστηρίζει ότι δεν έχει προβεί σε αυξήσεις τιμών τα τελευταία δέκα χρόνια, αντίθετα προχώρησε σε σημαντικές μειώσεις των τιμολογίων της.

Όταν προχώρησε στην έκτακτη πρόσθετη χρέωση που ανακοινώθηκε στο τέλος Μαρτίου, αποσκοπούσε στο να βοηθήσει, όπως υποστηρίζει, τους συνεργαζόμενους αντιπροσώπους της να καλύψουν μέρος από τα αυξημένα κόστη που προκάλεσε η κρίση, ώστε να προχωρήσουν πιο άμεσα στις απαραίτητες ενέργειες ενίσχυσης των υποδομών και του ανθρώπινου δυναμικού τους.

Το δίκτυο αυτό των αντιπροσώπων αποτελείται εξ ολοκλήρου από μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δεν είχαν τη δυνατότητα να ανταποκριθούν άμεσα στις αυξημένες ανάγκες.

«Η ACS δέχεται ότι η ενέργεια αυτή ήταν βεβιασμένη, χωρίς να ληφθούν υπόψη διάφορες παράμετροι. Δεν εξηγήθηκε επαρκώς αυτή η κίνηση, **καθώς εκτιμήθηκε ότι οι πελάτες και συνεργάτες της εταιρείας θα την κατανοούσαν.**

Η κοινή γνώμη θεώρησε ότι υπήρξε προσπάθεια η εταιρεία να εκμεταλλευτεί την κατάσταση σε μια δύσκολη συγκυρία. Η εταιρεία έδειξε μια έλλειψη ενσυναίσθησης, γι' αυτό ζήτησε δημόσια συγγνώμη.

Με το θάρρος και την ετοιμότητα να αναγνωρίσει αυτό το λάθος, ανακάλεσε άμεσα την απόφαση, επωμιζόμενη το οικονομικό και το επικοινωνιακό κόστος»,

υπογραμμίζουν στελέχη της εταιρείας.

«Εξαιτίας αυτής της κίνησης, υπονομεύθηκε η εικόνα της τεράστιας προσπάθειας που γίνεται από την εταιρεία και τους ανθρώπους της, όλους αυτούς τους εργαζόμενους στον δρόμο και στα καταστήματα, που βρίσκονται καθημερινά στην πρώτη γραμμή της μάχης, προσπαθώντας να εξυπηρετήσουν τους πελάτες», αναφέρουν τα ίδια στελέχη.