
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Document Date:	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2022
Document Owner:	AEGEAN DIRECTORATE

1	Περιεχόμενα.....	2
2	Ιστορικό Εκδόσεων.....	3
3	Εμπιστευτικότητα.....	4
	3.1 Εμπιστευτικές/Πολύτιμες Πληροφορίες	4
	3.2 Δεδομένα / Πληροφορίες	4
	3.3 Προσωπικά Δεδομένα / Υποκείμενο Δεδομένων	4
	3.4 Ευαίσθητα Προσωπικά Δεδομένα	5
4	Οργάνωση Εμπορικού Τμήματος.....	5
	4.1 Θέσεις.....	5
	4.2 Ρόλοι.....	5
5	Βασικές Αρμοδιότητες.....	6
6	Ανάθεση & ανάλυση πελατολογίου.....	6
7	Τιμολογιακές Πολιτικές.....	7
8	Πολιτικές πιστώσεων	7
9	EU compliance policy	8

2 Ιστορικό Εκδόσεων

Version No	Document Name	Change By	Date	Description
1.0	COMMERCIAL DIRECTORATE_ARKAS HELLAS_Εμπορική Πολιτική.docx	ARKAS ISD	07.2019	Αρχική έκδοση
2.0	AEGEAN MANAGEMENT_ARKAS HELLAS GROUP_Εμπορική πολιτική.docx	KK	01.2022	Revision Aegean

3 Εμπιστευτικότητα

3.1 Εμπιστευτικές/Πολύτιμες Πληροφορίες

- Εμπορικά και Διοικητικά δεδομένα και πληροφορίες που ανήκουν στην Aegean Container Agency SA.
- Άλλες πληροφορίες που ανήκουν στην Aegean Container Agency SA. και έχουν εμπορική, νομισματική ή ηθική αξία ή που έχουν οποιαδήποτε δυνητική εμπορική αξία ή που ενδέχεται να αξιοποιηθούν από τον ανταγωνισμό.
- Πληροφορίες και εμπορικά μυστικά σε σχέση με τις μεθόδους, τις μορφές εργασίας, τον όγκο εργασίας, τις εμπορικές πολιτικές και τις διαδικασίες.
- Έργα που έχουν ολοκληρωθεί ή προετοιμαστεί από την Aegean Container Agency SA.
- Πληροφορίες περί των πληροφοριακών συστημάτων, υποδομών, κάθε είδους τεχνικές πληροφορίες, συμπεριλαμβανομένης της συλλογής, αποθήκευσης δεδομένων, κάθε είδους τεχνικές και εμπιστευτικές πληροφορίες σχετικά με τα συστήματα μηχανογράφησης ή συστήματα ασφαλείας.
- Λογισμικό, προγράμματα, κωδικούς πρόσβασης, ειδικές παραμέτρους εξουσιοδότησης, λογαριασμούς ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, οικονομικές πληροφορίες, νέες ιδέες σχετικά με την εργασία και τις υπηρεσίες,
- Στρατηγικές ή και τακτικές πώλησης, πιστωτικές πολιτικές, κατάλογο πελατών ή και οποιαδήποτε στοιχεία σχετικά με τους πελάτες και χαρτοφυλάκια, λογισμικό, προγράμματα, βιομηχανικά ή εμπορικά σχέδια, εμπορικά σήματα ή ονόματα προϊόντων.
- Στρατηγικές και συμφωνίες που συνάπτει η εταιρεία με τους προμηθευτές της
- Συμφωνίες και προσφορές που συνάπτει η εταιρεία με τους πελάτες ή και δυνητικά πελάτες.

3.2 Δεδομένα / Πληροφορίες

- Κάθε είδους ηλεκτρονικού αρχείου ή χειρόγραφου εντύπου που δύναται να μεταφερθεί, να διαβιβαστεί, να αναπαραχθεί με ηλεκτρονικό ή φυσικό τρόπο.

3.3 Προσωπικά Δεδομένα / Υποκείμενο Δεδομένων

- Κάθε πληροφορία που αναφέρεται και περιγράφει ένα άτομο, όπως: στοιχεία αναγνώρισης (ονοματεπώνυμο, ηλικία, κατοικία, επάγγελμα, οικογενειακή κατάσταση κλπ.), φυσικά χαρακτηριστικά, εκπαίδευση, εργασία (προϋπηρεσία, εργασιακή συμπεριφορά κλπ), οικονομική κατάσταση (έσοδα, περιουσιακά στοιχεία, οικονομική συμπεριφορά), ενδιαφέροντα, δραστηριότητες, συνήθειες. Το άτομο (φυσικό πρόσωπο) στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα ονομάζεται *υποκείμενο των δεδομένων*.

3.4 Ευαίσθητα Προσωπικά Δεδομένα

- Ευαίσθητα χαρακτηρίζονται τα προσωπικά δεδομένα ενός ατόμου που αναφέρονται στη φυλετική ή εθνική του προέλευση, στα πολιτικά του φρονήματα, στις θρησκευτικές ή φιλοσοφικές του πεποιθήσεις, στη συμμετοχή του σε συνδικαλιστική οργάνωση, στην υγεία του, στην κοινωνική του πρόνοια, στην ερωτική του ζωή, τις ποινικές διώξεις και καταδίκες του, καθώς και στη συμμετοχή του σε συναφείς με τα ανωτέρω ενώσεις προσώπων. Τα ευαίσθητα δεδομένα προστατεύονται από τον Νόμο με αυστηρότερες ρυθμίσεις από ότι τα απλά προσωπικά δεδομένα.

4 Οργάνωση Εμπορικού Τμήματος

4.1 Θέσεις

Το εμπορικό τμήμα αποτελείται από τις εξής θέσεις:

- Sales & marketing manager
- Trade Pricing representatives
- Sales & marketing representatives
- Customer Loyalty

4.2 Ρόλοι

- Ο Sales & marketing manager συντονίζει όλες τις προαναφερθείσες ομάδες με αρμοδιότητα να καταρτίζει, να επιβλέπει και να τροποποιεί την εμπορική πολιτική μετά από έγκριση του Γενικού Δ/ντη και του Δ/ντα Συμβούλου.
- Ο Sales & marketing manager επιβλέπει την ομάδα πωλήσεων και marketing ώστε να είναι σύμφωνη η λειτουργία της με την εμπορική πολιτική.
- Το τμήμα Trade Pricing έχει αποκλειστικά την υπευθυνότητα να συγκεντρώνει τις ζητήσεις ναύλων και εκπώσεων (σταλλιών κλπ) , να τις αξιολογεί με βάση τις ανάγκες της Γραμμής που εκπροσωπούμε και μετά από φιλτράρισμα να τις διαπραγματεύεται με τα εμπορικά τους τμήματα.
- Sales & marketing representatives (πωλητές) έχουν την ευθύνη να γνωρίζουν όλα τα υπάρχοντα service της εκπροσωπούμενης γραμμής που πουλάνε στους πελάτες που τους έχει αναθέσει η εταιρεία αλλά και σε νέους πελάτες, διευρύνοντας το πελατολόγιο, με την καθοδήγηση των προϊσταμένων τους και τηρώντας πάντα την ισχύουσα εμπορική πολιτική.
- Customer loyalty συντονίζει τις ανάγκες των εκάστοτε πελατών για την μέγιστη εμπειρία τους ακολουθώντας πάντα τις αρχές και τις αξίες που έχει θέσει η εταιρεία.

5 Βασικές Αρμοδιότητες

- Ο Sales & Marketing Manager καταρτίζει και επικαιροποιεί την εμπορική πολιτική, παρουσιάζει το budget στο G.M και μετά από τον έλεγχο του προωθείται στο Δ.Σ για τελική έγκριση.
- Ο M.D καθορίζει τους εμπορικούς και οικονομικούς στόχους και τους παρουσιάζει στον G.M.
- Το εμπορικό budget επανεξετάζεται από τον Sales & Marketing Manager μετά το 1^ο εξάμηνο. Οι όποιες αλλαγές προτείνονται από τον Sales & Marketing Manager στο G.M και εφόσον από κοινού συμφωνείτε ότι οι αλλαγές στην αγορά ή τα service επηρεάζουν σημαντικά τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον M.D για αξιολόγηση.
- Ο Sales & Marketing Manager είναι υπεύθυνος για την σωστή εφαρμογή της εμπορικής πολιτικής και ο G.M θα πρέπει να διασφαλίζει τη σωστή εκτέλεση της.
- Ο Sales & Marketing Manager σε συνεργασία με τους πωλητές και το Trade Pricing συγκεντρώνουν τις εμπορικές πληροφορίες για τον ανταγωνισμό, τις φιλτράρουν σχετικά με την εγκυρότητα τους και τις προωθούν εσωτερικά. Επικοινωνούν στις ομάδες τους στόχους. Επικοινωνούν με τα κεντρικά των γραμμών και συντονίζουν το pricing.
- Sales & marketing representative's σε συνεργασία με τον Sales & Marketing Manager παρακολουθούν το πελατολόγιο της εταιρείας που τους έχει ανατεθεί με βασικό άξονα τόσο την επέκταση της συνεργασίας με τους υφιστάμενους πελάτες όσο και την επέκταση του πελατολογίου με νέους προσφέροντας ανταγωνιστικές τιμές και service, πάντα μέσα στα πλαίσια της εμπορικής πολιτικής και των αξιών της εταιρείας.
- Το customer loyalty αναλαμβάνει την επικοινωνία με τους ενεργούς πελάτες της εταιρείας ούτως ώστε να παρέχεται η βέλτιστη εμπειρία, σε συνεργασία με τον Sales & Marketing Manager σύμφωνα πάντα με τις αξίες της εταιρείας.

6 Ανάθεση & ανάλυση πελατολογίου

- Το πελατολόγιο της εταιρείας αποτελείται από τους ενεργούς πελάτες και τους εν δυνάμει πελάτες.
- Ενεργοί πελάτες θεωρούνται εκείνοι που έχουν την όποια οικονομική συναλλαγή μέσα στον τελευταίο χρόνο (12 μήνες από την τελευταία συναλλαγή).
- Εν δυνάμει πελάτες θεωρούνται αυτοί οι πελάτες που δεν είχαν την όποια οικονομική συναλλαγή με την εταιρεία μέσα στους τελευταίους 6 μήνες.
- Την κατανομή του πελατολογίου της εταιρείας την εισηγείται ο Sales & Marketing Manager στον Γενικό Δ/ντη που παίρνει και την τελική απόφαση. Βασικά κριτήρια είναι το volume μεταφοράς που έχει ο πελάτης, το πλήθος των πελατών ανά πωλητή, την εμπορική γνώση και την εμπειρία του πωλητή.

7 Τιμολογιακές Πολιτικές

- Η εμπορική πολιτική της εταιρείας εφαρμόζεται κυρίως στα τοπικά έξοδα και τις υπηρεσίες εκτός θαλάσσης καθώς η γραμμή ορίζει τις δικές τις πολιτικές για τα ναύλα και άλλα έσοδα του φορτίου.
- Τις κλίμακες χρεώσεων για τα τοπικά έξοδα της προτείνει ο Sales & Marketing Manager στον GM οποίος μετά από έλεγχο καταθέτει σχετική πρόταση στον Μ.Δ προς τελική έγκριση. Βασικό κριτήριο για τη διαφοροποίηση της προσφοράς των τοπικών εξόδων προς τους πελάτες είναι ο όγκος του μεταφορικού έργου (σε teus) που εκτελείται ήδη ή δύναται να εκτελεστεί.
- Κάθε 6μηνο αξιολογούνται οι ειδικές τιμές και που έχουν δοθεί στους πελάτες για τα τοπικά έξοδα με βάση και την εξέλιξη της συνεργασίας.
- Η πολιτική για τα ναύλα της γραμμής καταρτίζεται από την Γραμμή αλλά είναι σημαντική η συνδρομή των πωλητών προς το Trade Pricing για τον ανταγωνισμό προκειμένου να διαμορφωθούν ανταγωνιστικές τιμές. Το πρακτορείο δεν έχει δυνατότητα κέρδους από τα ναύλα της γραμμής όμως δύναται να χρεώνει primage(έως 5%) & cross trade fee στα συμφωνηθέντα από τον Μ.Δ πλαίσια.
- Η πολιτική των οδικών μεταφορών καταρτίζεται από τον Γενικό Δ/ντη και εφαρμόζεται κατόπιν εγκρίσεως του Δ/ντα Συμβούλου. Καθορίζει τόσο την στρατηγική επιμερισμού του μεταφορικού έργου στους μεταφορείς όσο και τον τρόπο επίτευξης του στόχου σε επίπεδο όγκου και κέρδους μεταφορών.
- Την ευθύνη παρακολούθησης και εφαρμογής της πολιτικής έχει ο Sales & Marketing manager, είτε μέσω του τμήματος Trade Pricing (Πειραιάς) είτε μέσω πωλήσεων (Θεσ/κη) υποδεικνύεται στο Customer Loyalty ο κατάλληλος μεταφορέας βάση δρομολογίου και σύμφωνα με την πολιτική και τους στόχους που έχουν τεθεί.
- Οι ταρίφες που δίνονται στους πελάτες είναι καταρτισμένες και έχουν εισαχθεί στο σύστημα για να είναι προσβάσιμες από τους πωλητές και το Customer Loyalty και ανανεώνονται ετησίως.

8 Πολιτικές πιστώσεων

- Η πιστωτική πολιτική καταρτίζεται από τον Γενικό Διευθυντή και εφαρμόζεται μετά την έγκριση από τον Δ/ντα Σύμβουλο. Σκοπός της είναι η επίτευξη των εμπορικών στόχων και ταυτόχρονα να η διασφάλιση της ασφάλειας των συναλλαγών και της αδιάληπτης ρευστότητας επιχείρησης. Δεν παρέχεται οποιαδήποτε συναλλαγή σε εταιρείες μονοπρόσωπες – ΙΚΕ – ΟΕ χωρίς την σύμφωνη γνώμη του Δ/ντα Συμβούλου.
- Αν δεν έχει επέλθει συμφωνία πίστωσης, η συναλλαγή θεωρείται ότι είναι σε εγγυημένη βάση μετρητών. Στη περίπτωση που υπάρχει κάποια διαφορετική ζήτηση από τους πελάτες θα πρέπει να ακολουθείται η εμπορική πολιτική και τα όρια που έχουν τεθεί αφού πρώτα έχει γίνει η οικονομική έρευνα- αξιολόγηση από το λογιστήριο(credit control).
- Η όποια πίστωση συμφωνηθεί από τον πωλητή με τον πελάτη, μετά από έγκριση από τον sales & marketing manager ή τον Γενικό Δ/ντη (ανάλογα με τα όρια που έχουν τεθεί στην εμπορική πολιτική) την περνάει γραπτώς ο πωλητής στο λογιστήριο για εφαρμογή και παρακολούθηση
- Τα υπόλοιπα των πελατών και η συναλλακτική συμπεριφορά των πελατών παρακολουθούνται και αξιολογούνται από τον Sales & Marketing Manager σε εβδομαδιαία βάση. Σε συνεργασία με το credit control γίνονται οι απαραίτητες ενέργειες για την επίλυση προβλημάτων πληρωμών. Παράλληλα ενημερώνετε ο G.M για τα προβλήματα που προέκυψαν και τις δράσεις που έχουν γίνει προκειμένου να πάρει και την τελική απόφαση για το συναλλασμένο πελάτη.
- Κάθε τρίμηνο αξιολογούνται οι ενεργοί πελάτες ως προς τη συνέπεια τους με τη βοήθεια των Μ.Ο.Ε και των τζιρών τους. Για τους πελάτες με σοβαρή καθυστέρηση (rating C – D – E) γίνεται αξιολόγηση της συνεργασίας από το G.M που προωθεί στο Δ.Σ τις όποιες αποφάσεις για έγκριση.

9 EU compliance policy

- Απαγορεύεται ρητά από την Ευρωπαϊκή νομοθεσία η όποια ανταλλαγή εμπορικών πληροφοριών με οποιονδήποτε ανταγωνιστή της εταιρείας συμπεριλαμβανομένων άλλων ναυτιλιακών πρακτορείων – και ναυτιλιακών γραμμών.
- Έχουμε την υποχρέωση να διαφυλάττουμε τα συμφέροντα της εταιρείας και αν καθ' οιονδήποτε τρόπο έρθει στην αντίληψη μας κάτι το οποίο θα παραβαίνει την Ευρωπαϊκή νομοθεσία θα πρέπει να το αναφέρουμε στον εμπορικό δ/ντη
- Συναντήσεις, συζητήσεις ή αλληλογραφίες με εκπροσώπους άλλων πρακτορείων δε προβλέπονται σύμφωνα με τον Ευρωπαϊκό κανονισμό (EC Compliance) από οποιονδήποτε εργαζόμενο στο εμπορικό τμήμα της εταιρείας μας.

Οριστικοποιήθηκε και Εγκρίθηκε :

Φίλιππος Κωστόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος
Βάντα Κωστοπούλου, Διευθύνουσα Σύμβουλος