



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ,
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MBA με Κατεύθυνση Μάνατζμεντ»

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

Βήματα προς την επιτυχία : Μια εις βάθος ανάλυση της μεταπόλησης συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων στην Ελλάδα. Στρατηγικές, δεοντολογίες και μελλοντικές προοπτικές από την πλευρά του μεταπωλητή.

Συγγραφέας

ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΟΝΤΑΚΟΣ

MBA20064

Επιβλέπουσα καθηγήτρια:

ΣΟΦΙΑ ΑΣΩΝΙΤΟΥ

Αθήνα, Οκτώβριος 2023



**UNIVERSITY OF WEST ATTICA
SCHOOL OF BUSINESS,
ECONOMIC AND SOCIAL
SCIENCES**

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

MBA – Manangement

Diploma Thesis

**Stepping into Success: An In-Depth Analysis of Sneaker Reselling in Greece -
Strategies, Ethics, and Future Prospects.**

IOANNIS KONTAKOS

MBA20064

SOFIA ASONITOU

Athens, October 2023



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ,
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MBA
με Κατεύθυνση Μάνατζμεντ»**

Τίτλος εργασίας

Βήματα προς την επιτυχία : Μια εις βάθος ανάλυση της μεταπώλησης συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων στην Ελλάδα. Στρατηγικές, δεοντολογίες και μελλοντικές προοπτικές από την πλευρά του μεταπωλητή.

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή

Η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

Α/α	ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΑΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
1	Σοφία Ασωνίτου	Αναπληρώτρια καθηγήτρια, επιβλέπουσα	
2	Γρηγόριος Γκίκας	Καθηγητής	
3	Δημήτριος Καλλιβωκάς	Λέκτορας	

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο/η κάτωθι υπογεγραμμένος Ιωάννης Κοντάκος του Παναγιώτη με αριθμό μητρώου MBA20064 φοιτητής/τρια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών Διοίκηση Επιχειρήσεων (Master in Business Administration (MBA)) του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων της Σχολής Διοικητικών, Οικονομικών & Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Ο/Η Δηλών



* Ονοματεπώνυμο /Ιδιότητα

Ψηφιακή Υπογραφή Επιβλέποντα
(Υπογραφή)

Πρόλογος.

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών «Διοίκηση Επιχειρήσεων - **Master in Business Administration**» του πανεπιστήμιου δυτικής Αττικής.

Η επιλογή του θέματος προέκυψε από την επαφή μου με τα συλλεκτικά αθλητικά υποδήματα κυρίως ως συλλέκτης αλλά και την πεποίθησή μου η αγορά της μεταπώλησης είναι μια αναπτυσσόμενη αγορά στην Ελλάδα.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους συμφοιτητές μου Αικατερίνη Μαρία Δούση, Ναταλία Μέμμου, Νίκη Ρήγα, Ελένη Ξενάκη και Σπύρο Κουκουμέλα που αυτά τα δύο χρόνια που συνεργαστήκαμε με βοήθησαν να ολοκληρώσω τις σπουδές μου.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ σε όλους τους Έλληνες μεταπωλητές συλλεκτικών υποδημάτων για τις συνεντεύξεις που μου έδωσαν αλλά και την εμπειρία να τους γνωρίσω από κοντά και να ανταλλάξουμε ιδέες.

Τέλος ευχαριστώ σε όλους τους φίλους μου που ο καθένας με τον τρόπο του με βοήθησαν να ολοκληρώσω την διπλωματική μου εργασία.

#thekidfromdrapetswna #omonospouvghapatiserगतikes #olagucci

#nottoomanyoptionswhenyoucomingfromtheprojects

“I came from the gutter and I'm still here! I'm not saying I'm a thug because I wanna rob you or rape people and things. I'm a business man, I mean, you know I'm a business man because you find me at my places of business.” (Tupac Shakur 1971-1996).

Πίνακας περιεχομένων.

Πρόλογος.....	1
Περίληψη.....	4
Κεφάλαιο 1 Εισαγωγή.....	5
1.1 Σκοπός.....	8
1.2 Ερευνητικοί στόχοι.....	9
Κεφάλαιο 2 Βιβλιογραφική επισκόπηση – Θεωρητικό υπόβαθρο.....	11
2.1 Συνεργατική κατανάλωση(Collaborative Consumption).....	11
2.2 Συνεργατική κατανάλωση Μόδας (Collaborative Fashion Consumption).....	12
2.3 Κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων και Δευτερεύουσα αγορά αθλητικών υποδημάτων.....	13
2.4 Η δημοσιότητα από τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης.....	16
2.5 Θεωρητικό υπόβαθρο.....	17
Κεφαλαίο 3 Μεθοδολογία και μέθοδος συλλογής στοιχείων.....	19
3.1 Τι είναι η συνέντευξη.....	19
3.2 Η συνέντευξη στο πλαίσιο της ποιοτικής έρευνας.....	20
3.3 Βήματα λήψης συνέντευξης.....	20
3.3.1. Επιλογή των ερωτώμενων, του δείγματος της έρευνας.....	20
3.3.2. Προετοιμασία, σχεδιασμός της συνέντευξης.....	21
3.3.3. Αρχική προσέγγιση του ερωτώμενου.....	22
3.3.4. Διεξαγωγή της συζήτησης-συνέντευξης.....	23
3.3.5. Αντιμετώπιση δυσκολιών κι απρόβλεπτων καταστάσεων.....	24
3.3.6. Ανάλυση του ερευνητικού υλικού και ερμηνεία του.....	25
3.4 Εργαλείο της μελέτης.....	25
3.5 Ερωτηματολόγιο.....	26
Κεφάλαιο 4 Ανάλυση των δεδομένων.....	46
4.1 Απαντήσεις.....	46
Κεφάλαιο 5 Συμπεράσματα- Συζήτηση.....	81
5.1 Συμπεράσματα.....	81

Ερώτημα 1°	81
Ερώτημα 2°	82
Ερώτημα 3°	82
Ερώτημα 4°	83
Ερώτημα 5°	84
5.2 Συζήτηση.....	87
Βιβλιογραφία.....	89
Παράρτημα.....	93

Περίληψη.

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών διοίκησης επιχειρήσεων(MBA) του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής και πραγματεύεται την αγορά μεταπώλησης συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων που τα τελευταία χρόνια έχει ραγδαίο ρυθμό ανάπτυξης λόγω κυρίως της πανδημίας του covid-19 , όπου πλέον κόσμος αγοράζει υποδήματα και τα πουλάει σε μεγαλύτερες τιμές βγάζοντας κέρδος ακόμα και δέκα φορές την αξία του. Έχει αναπτυχθεί τόσο πολύ η αγορά αυτή που πλέον και στην Ελλάδα ανοίγουν καταστήματα μεταπώλησης υποδημάτων στο κέντρο της Αθήνας.

Πέρα από την βιβλιογραφική μελέτη για την επίδραση σε παγκόσμιο επίπεδο που έχει η αγορά μεταπώλησης σε εταιρείες και καταναλωτές, η εργασία μέσω της ποιοτικής μεθοδολογίας έρευνας (ημι-δομημένη συνέντευξη) σε καταξιωμένους στον χώρο Έλληνες μεταπωλητές θα εξετάσει τη επιχειρηματική ιδέα αυτή και την όποια επίδραση στην ελληνική αγορά.

Κεφάλαιο 1 Εισαγωγή.

Πριν μερικά χρόνια αν κάποιος έλεγε ότι ένα ζευγάρι αθλητικά υποδήματα θα μπορούσε να πωληθεί μερικές χιλιάδες ευρώ θα τον έλεγαν τρελό. Όμως αυτό συμβαίνει πλέον. Όπου ζευγάρια Nike έχουν φτάσει από αρχική τιμή διακόσια ευρώ να πωλούνται είκοσι χιλιάδες ευρώ (σύμφωνα με στατιστικά του stockX για το 2022). Η μέση τιμή μεταπώλησης ενός ζευγαριού Air Jordan σε συνεργασία με τον Eminem για παράδειγμα μπορεί να φτάσει μέχρι και τα τριάντα χιλιάδες ευρώ (Nosek, 2020). Τα τελευταία τρία χρόνια ο τζίρος στην παγκόσμια αγορά μεταπώλησης έχει φτάσει τα έξι δισεκατομμύρια δολάρια (Wade, 2020). Χαρακτηριστική περίπτωση είναι το site stockX ο μεγαλύτερος ιστότοπος μεταπώλησης υποδημάτων με τζίρο στο ένα δισεκατομμύριο δολάρια για το 2020 και μέσα σε ένα χρόνο έφτασε σχεδόν τα δυο δισεκατομμύρια δολάρια (Richter, 2021), δείχνοντας ότι πλέον η αγορά μεταπώλησης εξελίσσεται ραγδαία. Με την έκρηξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και την προβολή που πήραν τα υποδήματα αυτά μέσω και των συνεργασιών των μεγάλων εταιριών κατασκευής με διάσημους τραγουδιστές ηθοποιούς κτλ, υπάρχουν πλέον πολλοί καταναλωτές που είναι διατεθειμένοι να δώσουν και δυο φορές την αξία τους για να τα αποκτήσουν (Anyanwu, 2019).

Στα οικονομικά, όταν η τιμή ενός εμπορεύματος αυξάνεται, η ζήτηση του θα μειωθεί. Αυτό το είδος προσφοράς και ζήτησης διατηρεί τη σταθερότητα της αγοράς (Fernando, 2021). Η Lin (2019) επεσήμανε στην έρευνά της ότι οι πωλητές συσσωρεύουν πολλά αθλητικά υποδήματα στην αρχή της πώλησης, γεγονός που θα μειώσει την προσφορά στην αγορά και τελικά θα πετύχει τον στόχο της αύξησης των τιμών (Lin 2019). Αυτός ο τύπος αγοράς και πώλησης μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την απόκτηση κερδών, οδηγώντας στην είσοδο περισσότερων πωλητών στην αγορά, οδηγώντας τελικά σε διαταραχή των τιμών στην τρέχουσα δευτερογενή αγορά για αθλητικά υποδήματα (Lin, 2019). Η Kelcie Slaton και η Sanjukta Pookulangara διατύπωσαν μια διαφορετική άποψη. Πίστευαν ότι η μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων είναι κυρίως για να καλύψει τις απαιτήσεις των καταναλωτών για νέα στυλ και ευαισθητοποίηση για τη βιώσιμη ανάπτυξη (Slaton & Pookulangara, 2021). Ανέφεραν τη συνεργατική κατανάλωση για να προτείνουν την άποψή τους. Η συνεργατική κατανάλωση αναφέρεται σε ένα οικονομικό μοντέλο στο οποίο οι καταναλωτές χρησιμοποιούν κοινότητες ή πλατφόρμες για να επιτύχουν συνεργατική ή αμοιβαία επωφελή κατανάλωση. Πλατφόρμες συνεργατικής κατανάλωσης περιλαμβάνουν τις Airbnb, Uber και

πολλές άλλες (Hamari & Ukkonen, 2013). Αντλαμβάνεται την αξία των πόρων μέσω διαδικτυακών πλατφορμών αγοράς και κοινωνικών δικτύων, έτσι ώστε οι δυνητικά πολύτιμοι πόροι να μπορούν να πραγματοποιηθούν μέσω της ρευστότητας μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών (Guo et al., 2018). Στην έρευνά του ο Slaton πρότεινε ότι η δευτερογενής αγορά για αθλητικά υποδήματα έχει γίνει μια απαραίτητη βιομηχανία στη συνεργατική κατανάλωση (Slaton & Pookulangara, 2021). Οι καταναλωτές έχουν μεταφέρει την κυριότητα των συλλεκτικών υποδημάτων τους από τον εαυτό τους στα χέρια ενός άλλου λάτρη των συλλεκτικών υποδημάτων. Αυτά δείχνουν τον βασικό ορισμό της συνεργατικής κατανάλωσης: την οικονομική κατάσταση της χρήσης κοινοτήτων ή πλατφορμών για την επίτευξη συνεργατικής ή αμοιβαία επωφελούς κατανάλωσης (Perren & Grauerholz, 2015).

Για την ανερχόμενη κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων, η τρέχουσα έρευνα για το θέμα είναι ακόμα πολύ σπάνια. Μεταξύ αυτών, η έρευνα για τη σχέση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τη δευτερογενή αγορά των αθλητικών υποδημάτων είναι ακόμα πιο σπάνια. Οι Choi, Cluver και Kim είναι από τους λίγους μελετητές που έχουν πραγματοποιήσει ποιοτική έρευνα για να διερευνήσουν πώς τα social media δημιουργούν αξία για τα αθλητικά υποδήματα (Choi et al., 2017). Σύμφωνα με τους Choi et al. (2017), το συναίσθημα των καταναλωτών και η αξία των αθλητικών υποδημάτων μπορεί να μεταβληθεί με τις αναρτήσεις των διασημοτήτων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με την προώθηση των αθλητικών υποδημάτων (Choi et al., 2017). Στη συνέχεια, υπάρχει η ημερομηνία κυκλοφορίας που παρέχει η μάρκα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (τοποθέτηση, χρόνος, κ.λπ.) και η επικοινωνία με τους λάτρεις των αθλητικών υποδημάτων μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μετά την πώληση, η οποία τελικά ενισχύει περαιτέρω το συναίσθημα και την αξία των καταναλωτών (Choi et al., 2017). Ωστόσο, σε αυτή τη μελέτη, οι πλατφόρμες μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων βρίσκονται ακόμα στο στάδιο της επικοινωνίας μέσω κοινοτήτων μέσων κοινωνικής δικτύωσης, συναλλαγών εκτός σύνδεσης και καταστημάτων μεταπώλησης (Choi et al., 2017). Σε αυτό το στάδιο, η ασυμμετρία και η αβεβαιότητα των ανθρώπων σχετικά με τις πληροφορίες για τα αθλητικά υποδήματα, όπως ο συνολικός αριθμός των αθλητικών υποδημάτων που πωλήθηκαν και η μέση τιμή μεταπώλησης, μπορεί να οδηγήσει σε αλλαγές στις προθέσεις αγοράς των καταναλωτών (Choi & Kim, 2019). Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό για τις διαδικτυακές πλατφόρμες συναλλαγών αθλητικών υποδημάτων, όπως η StockX και η Goat, να εξισορροπούν τις

πληροφορίες που κατέχουν οι πωλητές και οι αγοραστές μέσω μιας σειράς διαφανών ενεργειών: τη διαφάνεια της υψηλότερης και της χαμηλότερης προσφοράς, του αριθμού συναλλαγών, του συνολικού αριθμού ατόμων που είναι προς το παρόν πρόθυμοι να πουλήσουν και να αγοράσουν κ.λπ. (Kosanovich, 2018). Εκτός από αυτή τη σειρά διαφανών λειτουργιών, αυτές οι επαγγελματικές πλατφόρμες μεταπώλησης υποδημάτων παρέχουν επίσης υπηρεσίες αναγνώρισης γνησιότητας για κάθε ζευγάρι αθλητικών υποδημάτων που διακινούνται. Ο ιστότοπος μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων δημιουργεί μια παραγγελία όταν η προσφορά ενός αγοραστή ταιριάζει με την τιμή που ζητά ο πωλητής και στη συνέχεια ο πωλητής στέλνει τα αθλητικά υποδήματα στην πλατφόρμα για πιστοποίηση γνησιότητας. Η πλατφόρμα μεταπώλησης θα αποστέλλει τα αθλητικά υποδήματα στον πελάτη μόνο όταν έχουν επικυρωθεί (Stockx, 2021). Ο έλεγχος γνησιότητας των υποδημάτων μειώνει το εμπόδιο εισόδου στην αγορά και μειώνει τον κίνδυνο απόκτησης πλαστών αθλητικών υποδημάτων από τους αγοραστές. Ως αποτέλεσμα, ένας αυξανόμενος αριθμός ανθρώπων είναι πρόθυμοι να συμμετάσχουν στην κουλτούρα των sneaker (Lux & Bug, 2018). Η δημοσιότητα μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ήταν επίσης ένα μόνιμο θέμα συζήτησης στην κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων. Οι Lux and Bug (2018) διεξήγαγαν συνεντεύξεις με τέσσερις ειδικούς στην αγορά μεταπώλησης υποδημάτων, διαπίστωσαν ότι η άνεση δεν αποτελεί προτεραιότητα για τους καταναλωτές όταν επιλέγουν προϊόντα. Ένας σημαντικός παράγοντας που συμβάλλει σε αυτό το πρόβλημα είναι η δημοσιότητα μέσα από μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς οι καταναλωτές ενδιαφέρονται περισσότερο για το σχέδιο του παπουτσιού, την ποσότητα των αθλητικών υποδημάτων που είναι προσβάσιμα και την απλότητα με την οποία μπορούν να αγοραστούν στο λιανικό εμπόριο (Lux & Bug, 2018). Μελετητές όπως ο Kaske πιστεύουν ότι η διαφημιστική εκστρατεία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια στρατηγική που υιοθετούν οι κατασκευαστές αθλητικών υποδημάτων για να επεκτείνουν περαιτέρω την κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων. Αυτές οι εταιρείες μπορούν να επεκτείνουν την εμβέλεια των στόχων τους μέσω της διάδοσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αυξάνοντας έτσι τις συνολικές πωλήσεις αθλητικών υποδημάτων (Kaske et al., 2012). Η θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς χρησιμεύει ως το θεωρητικό πλαίσιο αυτής της έρευνας. Οι Martin Fishbein και Icek Ajzen πρότειναν τη θεωρία της αιτιολογημένης δράσης το 1967. Η θεωρία δείχνει ότι η πρόθεση συμπεριφοράς είναι ο πιο άμεσος παράγοντας που οδηγεί στη συμπεριφορά, και η πρόθεση

συμπεριφοράς με τη σειρά της επηρεάζεται από στάσεις και υποκειμενικούς κανόνες (Jerold, 2015). Αργότερα, ο Ajzen διαπίστωσε ότι η ανθρώπινη συμπεριφορά δεν είναι 100% εθελοντική, αλλά ελεγχόμενη, γεγονός που καθιστά τη χρήση της θεωρίας της αιτιολογημένης δράσης υπόκειται σε πολλούς περιορισμούς (Jerold, 2015). Ως εκ τούτου, προκειμένου να διευρύνει το πεδίο εφαρμογής της θεωρίας, ο Ajzen πρόσθεσε μεταβλητές ελέγχου αντιληπτικής συμπεριφοράς με βάση τη θεωρία της ορθολογικής συμπεριφοράς το 1985 και πρότεινε μια πιο προηγμένη θεωρία: τη θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς (Jerold, 2015). Η θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως για να εξηγήσει τη συμπεριφορά των καταναλωτών (Slaton & Pookulangara, 2021).

1.1 Σκοπός.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να μελετηθεί μέσω της ποιοτικής μεθοδολογίας έρευνας ημι δομημένης συνέντευξης σε δέκα εννιά καταξιωμένους Έλληνες μεταπωλητές συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων η επιτυχία της επιχειρηματικής αυτής ιδέας(εξέταση των στρατηγικών, των προκλήσεων και των ηθικών διαστάσεων της μεταπώλησης συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων). Βασισόμενη στη θεωρία και καλύπτοντας ορισμένα από τα κενά της, επίσης αυτή η διπλωματική θα εξετάσει τη σχέση μεταξύ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των δευτερευουσών πλατφορμών συναλλαγών αθλητικών υποδημάτων για να διερευνήσει εάν η δημοσιότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετίζεται με την πρόθεση αγοράς των αθλητικών υποδημάτων.

1.2 Ερευνητικοί στόχοι.

Οι στόχοι της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι :

- 1) Να ερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο ο μεταπωλητής προμηθεύεται αθλητικά υποδήματα περιορισμένης έκδοσης ή σπάνια για μεταπώληση. Τις πλατφόρμες και τα κανάλια που χρησιμοποιούν για να τα αποκτήσει. Τέλος τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη όταν επιλέγουν αθλητικά υποδήματα για μεταπώληση.
- 2) Να ερευνηθεί η προσέγγιση του μεταπωλητή για τον προσδιορισμό της αξίας των αθλητικών υποδημάτων για μεταπώληση. Τους παράγοντες που λαμβάνουν υπόψη κατά την τιμολόγηση και τυχόν συγκεκριμένες στρατηγικές ή τεχνικές τιμολόγησης που χρησιμοποιούν. Τα μέτρα που λαμβάνουν για να διασφαλίσουν την αυθεντικότητα των αθλητικών υποδημάτων που πωλούν.
- 3) Να ερευνηθεί πως χειρίζεται ο μεταπωλητής τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει στην αγορά μεταπώλησης συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων. Πώς έχουν ξεπεράσει αυτές τις προκλήσεις στο παρελθόν και πώς προσαρμόζονται στις αλλαγές στην αγορά, όπως οι αλλαγές στη ζήτηση και την προσφορά.
- 4) Να ερευνηθεί πως Πώς διαχειρίζονται τις σχέσεις με τους πελάτες κατά τη διαδικασία πωλήσεων; Ποια βήματα λαμβάνουν για να παρέχουν μια θετική εμπειρία αγοράς στους πελάτες; Πώς χειρίζονται τα ερωτήματα, τα σχόλια και τα παράπονα πελατών;
- 5) Να ερευνηθούν οι προβλέψεις και τις προσδοκίες τους για την ανάπτυξη του κλάδου και τις πιθανές προκλήσεις τα επόμενα χρόνια.
- 6) Πως μπορεί να χρησιμοποιηθεί η θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς ως θεωρητικό πλαίσιο για τη μελέτη της κατανάλωσης των ανθρώπων σε πλατφόρμες μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων.
- 7) Ο ρόλος της αντιληπτής αξίας(customer perceived value) στη στάση των καταναλωτών απέναντι στις πλατφόρμες μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων.

Με βάση τα προηγούμενα η δομή της εργασίας ακολουθεί ως εξής : στο κεφάλαιο 2 γίνεται βιβλιογραφική επισκόπηση τι έχει ήδη ειπωθεί γύρω από την αγορά μεταπώλησης συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων, επίσης θα μελετηθεί το θεωρητικό υπόβαθρο όπου βασίζεται η έρευνα μας. Το τρίτο κεφάλαιο αφορά τη μεθοδολογία έρευνας, τι είναι μεθοδολογία έρευνας συνοπτικά καθώς και τα είδη έρευνας και συλλογής στοιχείων. Στις σελίδες αυτές εξηγείται ποια μεθοδολογία έρευνας ακολούθησα, καθώς πως έφτασα στο ερωτηματολόγιο και με τι κριτήρια επέλεξα τους συμμετέχοντες. στο τέταρτο κεφάλαιο θα αναλύσουμε τα δεδομένα που προέκυψαν από τις συνεντεύξεις και θα δούμε τι συμβαίνει στην Ελλάδα. Τέλος το πέμπτο κεφάλαιο ανοίγει με τα συμπεράσματα και κλείνει με την συζήτηση των αποτελεσμάτων όπου παρουσιάζονται οι περιορισμοί της έρευνας αλλά και προτάσεις για περαιτέρω μελέτη.

Κεφάλαιο 2 Βιβλιογραφική επισκόπηση – Θεωρητικό υπόβαθρο.

Η συνεργατική κατανάλωση είναι η βασική έννοια πίσω από την μεταπώληση και με αυτή θα ασχοληθούμε κυρίως. Ενώ δεν υπάρχει ακριβής ορισμός της συνεργατικής κατανάλωσης μέσα από την βιβλιογραφία θα βρούμε την προέλευση της έννοιας αυτής και θα δώσουμε όσο καλύτερη εξήγηση γίνεται τι είναι η συνεργατική κατανάλωση. Έπειτα θα ασχοληθούμε την συνεργατική κατανάλωσης μόδας όρος που προκύπτει από την συνεργατική κατανάλωση και που είναι και αυτό που μας ενδιαφέρει. Τα αθλητικά υποδήματα είναι δεμένα με την hip hop μουσική αλλά και την καλαθοσφαίριση, για να γίνει κατανοητό για τον αναγνώστη τι θέλουμε να δείξουμε σε αυτή την διπλωματική στο επόμενο μέρος θα ερευνήσουμε από που προέκυψε η κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων αλλά και την προέλευση των πλατφορμών μεταπώλησης. Θα δείξουμε μέσω παραδειγμάτων από την βιβλιογραφία πως η θεωρία της σχεδιασμένης συμπεριφοράς βρίσκει εφαρμογή στην συνεργατική κατανάλωση μόδας. Στο τέλος του κεφάλαιο θα καταγράψουμε και το θεωρητικό υπόβαθρο που ασχολείται η παρακάτω διπλωματική εργασία.

2.1 Συνεργατική κατανάλωση(Collaborative Consumption).

Ως παράγωγο της οικονομίας του μοιράσματος η συνεργατική κατανάλωση αναφέρεται στο μοίρασμα και την συνεργασία μεταξύ μιας ομάδας ανθρώπων για να καλύψουν κάποιες ανάγκες τους. Ο ορός αυτός προτάθηκε πρώτη φορά από τους Spaeth και Felson οι οποίοι τον περιέγραψαν ως «ένας ή περισσότεροι καταναλωτές καταναλώνουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία συμμετέχοντας στις κοινές δραστηριότητες του ένα ή περισσότερα άλλα άτομα» (Felson & Spaeth, 1978). Ο παραπάνω ορισμός περιέχει την συνεργατική κατανάλωση αλλά δεν αναφέρει πως κατανέμονται και πως αποκτά κάποιος αυτούς τους πόρους. Οι Rogers και Botsman υποστήριζαν ότι η συνεργατική κατανάλωση είναι ένα «οικονομικό μοντέλο που βασίζεται στην κοινή χρήση, ανταλλαγή, συναλλαγή ή μίσθωση προϊόντων και υπηρεσιών για την απόκτηση ιδιοκτησίας και χρήση». Η οπτική αυτή περιλαμβάνει αρκετές μορφές δραστηριοτήτων όπως δωρεά, ανταλλαγή, δανεισμός, μίσθωση, μοίρασμα (Botsman & Rogers, 2011). Επιπλέον χώρισαν την συνεργατική κατανάλωση σε τρεις κατηγορίες ανάλογα με τον τρόπο κατανάλωσης σε συνεργατικούς τρόπους ζωής, σε αγορές αναδιανομής και σε συστήματα παροχής υπηρεσιών. Ωστόσο ο Belk με την δική του σειρά έβαλε κάποιους περιορισμούς στην έννοια της συνεργατικής

κατανάλωσης. Υποστήριξε ότι ο ορισμός του Rogers και Botsman είναι πολύ πλατύς και επικαλύπτεται από τις έννοιες της αγοράς ανταλλαγής, κοινής χρήσης και προσφοράς. (Belk, 2014, Botsman & Rogers, 2011). Κατέληξε ότι συνεργατική κατανάλωση είναι «ο συντονισμός της απόκτησης και διανομής 9 πόρων από άτομα προκειμένου να ληφθεί μια ορισμένη αμοιβή ή άλλες μορφές αποζημίωσης», συμπεριλαμβανομένων δραστηριοτήτων όπως η χρηματοδοτική μίσθωση, ο δανεισμός, η ανταλλαγή, το εμπόριο και η ανταλλαγή. Η Hamari σε έρευνά που πραγματοποίησε αναγνώρισε διακόσιες πενήντα τέσσερις πλατφόρμες συνεργατικής κατανάλωσης τις οποίες χώρισε σε δυο κατηγορίες «σε πρόσβαση μέσω ιδιοκτησίας» και «μεταβίβαση ιδιοκτησίας», έπειτα αυτά τα πρότυπα ανταλλαγής τα χώρισε σε πέντε δραστηριότητες ανταλλαγής. Οι μέθοδοι συνεργατικής κατανάλωσης που εστιάζουν στην πρόσβαση μέσω ιδιοκτησίας είναι για παράδειγμα το AirBnB καθώς και πλατφόρμες ενοικίασης ρούχων, αξεσουάρ, αυτοκίνητων, . Οι μέθοδοι συνεργατικής κατανάλωσης που βασίζονται στην μεταβίβαση ιδιοκτησίας περιλαμβάνουν πλατφόρμες όπως το Ebay το Amazon αλλά και το StockX πλατφόρμα με την οποία θα ασχοληθούμε και στην συγκεκριμένη διπλωματική (Hamari & Ukkonen, 2013).

2.2 Συνεργατική κατανάλωση Μόδας (Collaborative Fashion Consumption).

Ο Iran και Schrader σαν συνεργατική κατανάλωση μόδας ορίσαν ως την μεταβίβαση ιδιοκτησίας ενός προϊόντος μόδας από άλλους στους εαυτούς τους. μέσω ανταλλαγών, δώρων και μεταπώλησης. Κατά την διάρκεια αυτή οι ιδιοκτήτες των προϊόντων αυτών δεν χρειάζεται να αγοράζουν νέα προϊόντα μόδας η να κατέχουν προσωρινά τα προϊόντα αυτά. Σύμφωνα με αυτό τον ορισμό ένας ερευνητικός στόχος της συγκεκριμένης διπλωματικής είναι να ορίσει την αγορά μεταπώλησης υποδημάτων σαν μια συνεργατική κατανάλωση που μεταφέρει την κυριότητα των προϊόντων αυτών μέσω της μεταπώλησης.

Ο Slaton υποστήριξε ότι η δευτερογενής αγορά αθλητικών υποδημάτων έχει γίνει μια τεράστια βιομηχανία μέσα στην συνεργατική κατανάλωση (Iran & Schrader, 2017). Παλαιότερα μέσω eBay είτε μέσα από μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πλέον μέσα από πλατφόρμες μεταπώλησης όπως το StockX οι άνθρωποι πλέον μπορούν να αγοράσουν η να πουλήσουν μεταξύ τους αθλητικά υποδήματα επιδεικνύοντας μέσα από αυτή την διαδικασία τον ορισμό της συνεργατικής κατανάλωσης.

Ο Hamari και άλλοι μελετητές μελέτησαν τους λόγους για τους οποίους οι άνθρωποι συμμετέχουν στη συνεργατική κατανάλωση μέσω μιας έρευνας το 2015. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από τη βιωσιμότητα, τον ηδονισμό και τη συνεργατική κατανάλωση είχαν θετικό αντίκτυπο στην πρόθεση των ανθρώπων να συμμετάσχουν στη συνεργατική κατανάλωση (Hamari & Ukkonen, 2013). Η Činjurević et al υποστήριξε επίσης αυτό το συμπέρασμα. Ανέλυσε περαιτέρω τον λόγο για τον οποίο οι άνθρωποι συμμετέχουν στη συλλογική κατανάλωση και κατέληξε σε τέσσερις διαστάσεις την οικονομική αξία, την ηδονική αξία, τη συμβολική αξία και την κοινωνική αξία (Činjurević et al. 2019). Ερεύνησε τον αντίκτυπο της αξίας μάρκετινγκ στη συμπεριφορική πρόθεση των millennials να συμμετάσχουν σε έντεκα περιπτώσεις συνεργατικής κατανάλωσης όπου περιλαμβάνονται και οι τέσσερις διαστάσεις. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής έδειξαν οι τέσσερις διαστάσεις έχουν διαφορετικό αντίκτυπο στη συμπεριφορική πρόθεση των millennials που συμμετέχουν στη συλλογική κατανάλωση, η οποία είναι σημείο αναφοράς για τη λειτουργικότητα της έννοιας σε επόμενη ενότητα (Činjurević et al. 2019).

2.3 Κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων και Δευτερεύουσα αγορά αθλητικών υποδημάτων.

Όπως αναφέρθηκε νωρίτερα η μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων έχει γίνει μια σημαντική βιομηχανία στη συλλογική κατανάλωση μόδας, μεταβιβάζοντας την ιδιοκτησία από ένα καταναλωτή σε ένα άλλο (Bardhi & Eckhardt, 2017). Πολλοί άνθρωποι αγοράζουν αθλητικά υποδήματα για καθημερινή χρήση. Η άνεση και η ομορφιά είναι οι κύριες ανάγκες τους. Δεν έχουν πολλά αθλητικά υποδήματα, και φοράνε κάθε ζευγάρι που αγοράζουν. Υπάρχουν όμως και άνθρωποι που αφιερώνουν χρόνο και χρήμα για να αποκτήσουν τα νεότερα και σπανιότερα αθλητικά υποδήματα χωρίς να ενδιαφέρονται για το πλήθος των αθλητικών υποδημάτων που έχουν ήδη αγοράσει (Pitchers, 2013). Θα δημιουργήσουν συλλογή από αθλητικά υποδήματα που αγόρασαν και σε περιπτώσεις έχουν βιτρίνες για να τα εκθέτουν (Salvano, 2019). Η υποκουλτούρα αυτή που αποτελείται από μια ομάδα λάτρεις των αθλητικών υποδημάτων έχει σταδιακά διεισδύσει στην κυρίαρχη κουλτούρα των ανθρώπων τα τελευταία 20 χρόνια. Τα αθλητικά υποδήματα έχουν εξελιχθεί από ένα μέσο προστασίας των ποδιών σε μια μορφή τέχνης και προσωπικής έκφρασης.

Η βιομηχανία της μουσικής αλλά και του αθλητισμού έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην δημιουργία της κουλτούρας των αθλητικών υποδημάτων, ειδικότερα η βιομηχανία του hip hop στην μουσική και η βιομηχανία του μπάσκετ στον αθλητισμό (Fuller, 2015). Στην δεκαετία του ογδόντα ο διάσημος μπασκετμπολίστας του NBA Μάικλ Τζόρνταν υπέγραψε με τη Nike και στα τέλη Μαρτίου του 1985 κυκλοφόρησε επίσημα το πρώτο ζευγάρι αθλητικών υποδημάτων με το όνομα Air Jordan 1. Ο Μάικλ Τζόρνταν ο κατά πολλούς καλύτερος παίκτης στην ιστορία του NBA με τεράστια επιρροή στο κοινό, με αποτέλεσμα η Nike μετά από μόλις δύο μήνες έφτασε σε πωλήσεις 4 εκατομμυρίων ζευγαριών υποδημάτων ενώ ο αρχικός στόχος της ήταν μόλις 100.000 ζευγάρια υποδήματα. Η κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων αυξανόταν σταδιακά εκείνη την εποχή, εξελισσόμενη σιγά σιγά σε κάτι που οι άνθρωποι δεν μπορούσαν να φανταστούν.

Στις αρχές του δυο χιλιάδες τα αθλητικά υποδήματα δεν ήταν μια ιδιαίτερα διαδεδομένη κουλτούρα ο μοναδικός τότε τρόπος για να βρει κάποιος πληροφορίες για αθλητικά υποδήματα ήταν να αγοράσουν αθλητικά περιοδικά ή περιοδικά με hip hop περιεχόμενο, καθώς και το μεγαλύτερο φόρουμ για αθλητικά υποδήματα εκείνη την εποχή, το Niketalk (Weinhold, 2020). Η επιτυχία του φόρουμ δεν ήταν καθόλου τυχαία, αν σκεφτεί κανείς ότι η κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων ήταν ακόμα μια υποκουλτούρα εκείνη την εποχή, οι άνθρωποι δεν ήταν τόσο γοητευμένοι με τα αθλητικά υποδήματα όσο τώρα. Οι άνθρωποι τότε δεν μπορούσαν να αγοράσουν τα υποδήματα που ήθελαν από τα καταστήματα λιανικής, επειδή οι κατασκευαστές αθλητικών υποδημάτων όπως η Nike και η Adidas έπρεπε να μετρούν τις πωλήσεις υποδημάτων κάθε φορά (Sneakers, 2019). Μέσα από το φόρουμ λοιπόν μπορούσαν να ενημερωθούν για την ημερομηνία κυκλοφορίας, την τοποθεσία, την τιμή και άλλες λεπτομέρειες, ώστε να μπορούν να αγοράσουν τα αθλητικά υποδήματα που επιθυμούν. Ακόμα και αν τελικά δεν μπορούσαν να τα αγοράσουν μέσω του φόρουμ μπορούσαν πλέον να τα αγοράσουν από άλλους χρήστες στην ιδιά η σε μεγαλύτερη τιμή από την αρχική αξία τους. Έτσι μέσω της κουλτούρας για τα αθλητικά υποδήματα άνοιξε μια δευτερεύουσα αγορά για αθλητικά υποδήματα και ένα μέρος για τους λάτρεις και τους έμπορους αθλητικά υποδήματα να μεταπωλούν αθλητικά υποδήματα. Οι Lux and Bug δήλωσαν στην έρευνά τους ότι η δευτερογενής αγορά για αθλητικά υποδήματα και οι εταιρείες αθλητικά υποδήματα έχουν ασυμβιωτική σχέση. Η ύπαρξη δευτερογενούς αγοράς υποδημάτων εξαρτάται από το εάν τα υποδήματα αυτά μπορούν να αποφέρουν κέρδος στη

δευτερογενή αγορά, γιατί όταν ένα παπούτσι μπορεί να αγοραστεί εύκολα στην αρχική τιμή ή λιγότερο, η ύπαρξη δευτερογενούς αγοράς δεν έχει νόημα. Την ίδια στιγμή η υψηλή τιμή μεταπώλησης αυτών των υποδημάτων είναι η καλύτερη διαφήμιση για τις εταιρείες. Οι εταιρείες μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν την πληροφορία αυτή για να δουν εάν το σχέδιο του παπουτσιού είναι επιτυχημένο και πόσο από το ίδιο προϊόν θα παραχθεί στο μέλλον (Lux & Bug, 2018).

Όταν το κοινό που ασχολείται με την κουλτούρα των αθλητικά υποδήματα και την δευτερογενής αγορά των αθλητικά υποδήματα αυξήθηκε, αρχίσαν σταδιακά να φαίνονται και οι δυνατότητες αυτής της αγοράς. Το δυο χιλιάδες εννιά γεννήθηκε η πρώτη έκθεση για αθλητικά υποδήματα. Δημιουργήθηκε από ανθρώπους που αγαπούν τα αθλητικά υποδήματα ώστε να μπορούν κάπου να πουλήσουν να αγοράσουν και να μεταπωλήσουν, πράγμα που σήμαινε την άνθιση της οικονομίας της δευτερογενούς αγοράς. Εκείνη την εποχή μερικοί άνθρωποι επέλεξαν να μετατρέψουν τη μεταπώληση σε εργασία πλήρους απασχόλησης. Ενώ η κουλτούρα αυτή συνέχισε να αναπτύσσεται με εκπληκτικό ρυθμό τη δεκαετία του δυο χιλιάδες, η μεταπώληση αθλητικά υποδήματα είχε υποστεί μια σημαντική αλλαγή. Με την ραγδαία ανάπτυξη του διαδικτύου και των logistics, η πλατφόρμα δικτυακών πωλήσεων κέρδισε σταδιακά μια θέση στη δευτερογενή αγορά αθλητικά υποδήματα. Ο Void το δυο χιλιάδες δέκα τρία βρήκε ότι υπήρξαν σημαντικά περισσότερες συναλλαγές στο eBay για αθλητικά υποδήματα όπως το Air Jordan 1 σε σύγκριση με προηγούμενα χρόνια, πράγμα που σημαίνει ότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι είναι μέρος της κουλτούρας των αθλητικά υποδήματα. Το δυο χιλιάδες δέκα πέντε εμφανίστηκαν ιστότοποι μεταπώλησης που υποστήριζαν πλέον ότι μπορούν να το κάνουν με επαγγελματικό τρόπο, δυο από αυτούς είναι το StockX και το GOAT. Οι ιστότοποι αυτοί παρέχουν μια πλατφόρμα που μπορεί ο καθένας να αγοράσει και να πουλήσει. Όταν γίνει μια πώληση ο πωλητής στέλνει το προϊόν στην πλατφόρμα έτσι ώστε να αποδειχθεί η γνησιότητα του, όταν τελειώσει η διαδικασία αυτή το προϊόν στέλνεται στον αγοραστή. Όταν ολοκληρωθεί κάθε συναλλαγή, η πλατφόρμα θα κρατήσει ένα ποσοστό του ποσού της συναλλαγής. Αν και σε σύγκριση με τους παλαιότερους τρόπους μεταπώλησης, τα έξοδα αγοράς του προϊόντος έχουν αυξηθεί, αυτές οι πλατφόρμες με 100% αυθεντικά πιστοποιημένα υποδήματα έχουν κερδίσει μεγάλο αριθμό πιστών χρηστών (Wightman-Stone, 2021).

Ενώ οι ΗΠΑ συνεχίζουν να κυριαρχούν στην κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων, η αγορά αθλητικών υποδημάτων της Κίνας έχει αποκτήσει δυναμική. Σύμφωνα με την έρευνα iiMedia, το 2019, η δευτερεύουσα αγορά αθλητικών υποδημάτων της Κίνας είχε αξία άνω του 1 δισεκατομμυρίου δολαρίων, που είναι το ένα έκτο της συνολικής αξίας της παγκόσμιας δευτερεύουσας αγοράς αθλητικών υποδημάτων το ίδιο έτος. Ο Achim υποστηρίζει ότι το αμερικανικό hip-hop, η κορεατική ποπ μουσική, η κουλτούρα του NBA και η κινεζική underground ραπ παίζουν ουσιαστικό ρόλο στην κουλτούρα των αθλητικά υποδήματα της Κίνας. Ο Γιάο Μινγκ κινέζος παίχτης του NBA, έφερε την κουλτούρα του NBA στην Κίνα και έχει επηρεάσει πολλές γενιές. μαζί με αυτήν ήρθαν και αρκετοί αστέρες του NBA όπως ο Μάικλ Τζόρνταν, ο Κόμπι Μπράιαντ, η Τρέισι ΜακΝτί και τα αθλητικά υποδήματα τους. Τα τελευταία χρόνια, το μπάσκετ έχει γίνει το πιο δημοφιλές άθλημα μεταξύ των νέων της Κίνας. Ο streamer Youku επίσης ξεκίνησε το 2018 ένα κινεζικό ριάλιτι, το Dunk of China. Η συγκεκριμένη εκπομπή όχι μόνο έλαβε μεγάλη προσοχή από τους Κινέζους οπαδούς αλλά και μη οπαδούς του μπάσκετ, λόγω του γεγονότος ότι στην εκπομπή συμμετείχαν επίσης δύο διασημότητες, ο Jay Chou και ο Li Yifeng. Την ίδια χρονιά σόου με θέμα το hip-hop, το "Rap of China", κέρδισε επίσης μεγάλη προσοχή. Σε αυτή την παράσταση, εκτός από τις ικανότητες ραπ των διαγωνιζομένων, οι ενδυματολογικές τους επιλογές έλαβαν μεγάλη προβολή ως μέσο για να αναδεικνύουν την προσωπικότητά τους. Μετά την προβολή των δυο ριαλιτι, η κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων και οι γνώσεις που σχετίζονται με τα αθλητικά υποδήματα έγιναν επίσης στο επίκεντρο της κινέζικης νεολαίας (Achim, 2022). Σύμφωνα με όλη την βιβλιογραφία που έχουμε μελετήσει έχουμε απαντήσει στο έκτο ερευνητικό ερώτημα *«Ποιοι είναι οι παράγοντες για να αγοράσουν οι άνθρωποι αθλητικά υποδήματα στη δευτερεύουσα αγορά;»*

2.4 Η δημοσιότητα από τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θεωρούνται ως ένας από τους κύριους παράγοντες για να κινήσουν το ενδιαφέρον σε ανθρώπους για αθλητικά υποδήματα δευτερογενούς αγοράς. Μελέτες έχουν δείξει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παίζουν σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις των καταναλωτών. Σε ερευνά που πραγματοποίησαν οι Lux and Bug παίρνοντας συνέντευξη από τέσσερις γνωστούς μεταπωλητές υποδημάτων κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η άνεση δεν είναι πλέον το πρωταρχικό χαρακτηριστικό που κοιτάζουν οι καταναλωτές όταν επιλέγουν ένα προϊόν, αλλά ο σχεδιασμός, η σπανιότητα και η απήχηση

που μπορούν να έχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Lux & Bug, 2018). Σε άρθρο που δημοσιεύτηκε το δυο χιλιάδες δέκα τέσσερα από τον Pang η δημοσιότητα από τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης ορίστηκε «ως ένα τεράστιο κύμα ενδιαφέροντος που δημιουργείται από χρήστες του Διαδικτύου, που προκαλείται από ένα σημαντικό γεγονός και ακολουθείται από πολλούς ανθρώπους και διατηρεί μια περίοδο συζήτησης μέσω της συμμετοχής των χρηστών σε συζητήσεις». Ο Kaske και άλλοι μελετητές ανέλυσαν την απόδοση επένδυσης 12 εταιρειών που και τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η δημοσιότητα μετά από την διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχει τεράστιες δυνατότητες (Kaske, 2012). Η στρατηγική της διαφημιστικής εκστρατείας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να οδηγήσει σε καλύτερη επικοινωνία με τους πελάτες, με αποτέλεσμα την αύξηση τις πωλήσεις και την αποφυγή αρνητικών εμπειριών. Αυτή είναι επίσης η στρατηγική που χρησιμοποιούν οι σήμερα οι εταιρείες για να επεκτείνουν περαιτέρω την κουλτούρα των αθλητικά υποδήματα. Ο Lux και ο Bug σε βάθος έρευνα που πραγματοποίησαν κατέλεξαν ότι η διαφημιστική εκστρατεία των αθλητικών υποδημάτων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περιλαμβάνει , προώθηση πολιτιστικού και κατασκευαστικού σχεδιασμού, συμμετοχή διασημοτήτων, περιορισμένες εκδόσεις κτλ. Σύμφωνα με πολλές ακαδημαϊκές έρευνες όταν οι άνθρωποι βλέπουν φωτογραφίες διάσημων που φορούν ένα ζευγάρι υποδήματα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τείνουν να έχουν θετική γνώμη για τα υποδήματα αυτά και πιθανότερο να τα αγοράσουν. Η συνεργασία μεταξύ των εταιρειών είναι επίσης μια καλή στρατηγική δημοσιότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ο Nguyen είπε ότι σε σύγκριση με τα υπόλοιπα μοντέλα, τα υποδήματα που κυκλοφόρησαν σε συνεργασία εταιριών πχ. Nike και Off White ο κόσμος τα θεωρεί πολυτιμότερα (Lux & Bug, 2018). Σύμφωνα με μια έκθεση της StockX, η μέση τιμή των αθλητικών υποδημάτων που κυκλοφορούν με συνεργασία είναι 45% υψηλότερη από την μέση τιμή των αθλητικών υποδημάτων (Gage, 2019). Σύμφωνα με τα παραπάνω δίνουμε απάντηση στο έβδομο ερευνητικό ερώτημα: *«Τι ρόλο παίζει η δημοσιότητα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην απόφαση των ανθρώπων να αγοράσουν αθλητικά υποδήματα μέσω της πλατφόρμας μεταπώλησης ;»*

2.5 Θεωρητικό υπόβαθρο.

Σε αυτή τη διπλωματική, η θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς θα χρησιμοποιηθεί ως θεωρητικό πλαίσιο. Ο προκάτοχος της θεωρίας της προγραμματισμένης συμπεριφοράς ονομάζεται θεωρία της αιτιολογημένης δράσης, η οποία χρησιμοποιήθηκε για

πρώτη φορά το 1967 από τους Martin Fishbein και Icek Ajzen. Η θεωρία αναφέρει ότι η πρόθεση συμπεριφοράς είναι ο πιο άμεσος παράγοντας που επηρεάζει τη συμπεριφορά και η πρόθεση συμπεριφοράς με τη σειρά της επηρεάζεται από στάσεις και υποκειμενικούς κανόνες (Jerold, 2015). Επειδή η θεωρία της ορθολογικής συμπεριφοράς υποθέτει ότι η συμπεριφορά των ανθρώπων ελέγχεται πλήρως από τη βούληση, αυτό καθιστά τη θεωρία της αιτιολογημένης δράσης να υπόκειται σε πολλούς περιορισμούς στη χρήση της. Έτσι, για να επεκτείνει την εφαρμογή της θεωρίας, ο Ajzen πρόσθεσε τον αντιληπτό έλεγχο συμπεριφοράς ως τρίτη μεταβλητή που επηρεάζει τις ατομικές συμπεριφορικές προθέσεις στη θεωρία της αιτιολογημένης δράσης το 1985, με αποτέλεσμα μία πιο ολοκληρωμένη θεωρία: τη θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς (Jerold, 2015). Η θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως για να εξηγήσει τη συμπεριφορά των καταναλωτών (Slaton & Pookulangara, 2021). Για παράδειγμα, οι Lang και Armstrong χρησιμοποίησαν τη θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς ως θεωρητικό πλαίσιο για να αναλύσουν τα τρία χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των γυναικών για τη συμμετοχή στη συλλογική κατανάλωση (το άρθρο αναφέρεται συγκεκριμένα στη συναλλαγή μεταχειρισμένων ενδυμάτων) μέσω ερευνών (Lang & Armstrong, 2018). Οι μελετητές χρησιμοποίησαν επίσης τη θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς ως θεωρητικό πλαίσιο για να αναλύσουν τη σχέση της κοινωνικής απόστασης στον διαδικτυακό κλάδο της μεταφοράς αυτοκινήτων με τη συμμετοχή των καταναλωτών στη συνεργατική κατανάλωση (Huang et al., 2021). Η περισσότερη ακαδημαϊκή βιβλιογραφία δείχνει ότι είναι λογικό να χρησιμοποιείται η θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς για να επαληθευτεί η πρόταση των καταναλωτών να αγοράσουν ένα συγκεκριμένο προϊόν ή να συμμετάσχουν σε μια συγκεκριμένη καταναλωτική συμπεριφορά. Αυτή η έρευνα στοχεύει επίσης να διερευνήσει παράγοντες που σχετίζονται με την πρόθεση των καταναλωτών να συμμετάσχουν στη συνεργατική κατανάλωση (αυτή η έρευνα αναφέρεται συγκεκριμένα στη συμμετοχή στη μεταπώληση sneakers) μέσω της θεωρίας της προγραμματισμένης συμπεριφοράς.

Κεφαλαίο 3 Μεθοδολογία και μέθοδος συλλογής στοιχείων.

Η ποιοτική έρευνα είναι μια πλαίσιοθετημένη δραστηριότητα (situated activity), η οποία τοποθετεί τον παρατηρητή στον κόσμο. Αυτή συνίσταται σε ένα σύνολο ερμηνευτικών και υλικών πρακτικών, οι οποίες κάνουν τον κόσμο ορατό. Αυτές οι πρακτικές μετασχηματίζουν τον κόσμο. Μετατρέπουν τον κόσμο σε μια σειρά από αναπαραστάσεις του εαυτού, συμπεριλαμβανομένων των σημειώσεων πεδίου, των συνεντεύξεων, των συνομιλιών, των φωτογραφιών, των μαγνητοφωνήσεων και των σημειώσεων σε ημερολόγια. Σε αυτό το επίπεδο, η ποιοτική έρευνα περιλαμβάνει μια ερμηνευτική, νατουραλιστική προσέγγιση στον κόσμο. Αυτό σημαίνει ότι οι ποιοτικοί ερευνητές μελετούν τα πράγματα στο φυσικό τους πλαίσιο, επιχειρώντας να δώσουν νόημα ή να ερμηνεύσουν τα φαινόμενα με όρους των νοημάτων που οι άνθρωποι δίνουν σε αυτά.

3.1 Τι είναι η συνέντευξη.

Η συνέντευξη είναι μια διαδικασία που επιτρέπει στον ερευνητή να αντλήσει πληροφορίες και δεδομένα μέσα από την ανάλυση του λόγου επιλεγμένων αλλά χαρακτηριστικών περιπτώσεων. Είναι ένα ερευνητικό εργαλείο το οποίο χρησιμοποιείται ως μέσο συλλογής πληροφοριών, ελέγχου και ερμηνείας των ερευνητικών ερωτημάτων μιας έρευνας. Οι συνεντεύξεις «φωτίζουν», δηλαδή επιτρέπουν την πρόσβαση στον τρόπο που βλέπουν οι άλλοι τα πράγματα, στις σκέψεις τους, στις στάσεις και τις απόψεις που κρύβονται πίσω από τη συμπεριφορά τους. Μια συνέντευξη μπορεί, ωστόσο, να είναι και το μέσο για τη βαθύτερη εξέταση των κινήτρων των ερωτώμενων για τους λόγους που απάντησαν με τον συγκεκριμένο τρόπο.

Γενικά, η συνέντευξη στηρίζεται στην ελεύθερη κι ανοιχτή επικοινωνία, προϋποθέτει κάποια σχέση ανάμεσα στον συνεντευκτή και τον ερωτώμενο και ως τεχνική άντλησης δεδομένων βοηθά τον ερευνητή όχι απλώς να πλησιάζει εις βάθος το θέμα του, αλλά και να αξιοποιεί εμπειρίες και συναισθήματα, και γενικά, συναισθηματικού τύπου δεδομένα. Με άλλα λόγια, η συνέντευξη είναι ένας τρόπος για να ανακαλύψει ο ερευνητής τι σκέφτονται και τι αισθάνονται οι ερωτώμενοι. Ως εργαλείο έρευνας παρουσιάζει πολλά πλεονεκτήματα, διότι δίνει ευκαιρίες να διευκρινιστούν κάποιες απαντήσεις, να γίνουν επιπλέον ερωτήσεις, δίνοντας, έτσι, τη δυνατότητα για εμβάθυνση, όπου ήταν αδιευκρίνιστα όσα λέχθηκαν, και

λόγω της αμεσότητάς της βρίσκει, συνήθως, μεγάλη αποδοχή από τους συμμετέχοντες σε μια έρευνα.

3.2 Η συνέντευξη στο πλαίσιο της ποιοτικής έρευνας.

Σε κάθε έρευνα ο ερευνητής χρειάζεται να κάνει μια αρχική αλλά βασική μεθοδολογική επιλογή ανάμεσα στην ποσοτική και στην ποιοτική προσέγγιση (ή και στον συνδυασμό τους) για να ερευνήσει το θέμα του. Υπενθυμίζουμε ότι η ποσοτική προσέγγιση είναι εκείνη που επιτρέπει να μάθουμε «τι συμβαίνει;» ενώ η ποιοτική επιτρέπει να εξετάσουμε το «γιατί συμβαίνει;». Επιδίωξη της ποιοτικής έρευνας είναι «να ανακαλύψει τις απόψεις του ερευνώμενου πληθυσμού, εστιάζοντας στις οπτικές γωνίες υπό τις οποίες τα άτομα βιώνουν και αισθάνονται τα γεγονότα» (Bird, & συν., 1999: 320). Επομένως, η ποιοτική προσέγγιση είναι μια προσέγγιση σε βάθος, με στόχο την ανάλυση κι ερμηνεία ποιοτικών στοιχείων, αφού πρώτα συλλέξουμε, κατηγοριοποιήσουμε και αξιολογήσουμε τα δεδομένα μας. Την επιλέγουμε όταν μας ενδιαφέρει να κάνουμε βαθύτερη ανάλυση και ερμηνεία καταστάσεων, γεγονότων, συμπεριφορών ή εμπειριών. Οι ποσοτικές μέθοδοι συλλογής στοιχείων δε μπορούν να δώσουν τις πλούσιες περιγραφές και ερμηνείες που απαιτούνται, για να γίνουν κατανοητά όλα τα παραπάνω, και ειδικά η εμπειρία. Η συνέντευξη είναι μια πολύ συνηθισμένη τεχνική συλλογής δεδομένων σε μια ποιοτική έρευνα. Εκτιμάται ότι το 90% των κοινωνικών ερευνών χρησιμοποιούν τις συνεντεύξεις, με κάποιον τρόπο, για να συλλέξουν τα δεδομένα τους ή ένα μέρος αυτών.

3.3 Βήματα λήψης συνέντευξης.

Όταν πρόκειται να πάρουμε μια συνέντευξη ακολουθούμε, σε γενικές γραμμές, την εξής διαδικασία:

3.3.1. Επιλογή των ερωτώμενων, του δείγματος της έρευνας.

Το πρώτο ζήτημα που απασχολεί τον αρχάριο ερευνητή που θα χρησιμοποιήσει τη συνέντευξη ως μέσο συλλογής των δεδομένων του είναι ο αριθμός των συνεντεύξεων που πρέπει να γίνουν. Είναι εξ αρχής γνωστό ότι σε μια έρευνα που χρησιμοποιεί τη συνέντευξη ως εργαλείο συλλογής δεδομένων η αντιπροσωπευτικότητα εξασφαλίζεται από την ποιοτική σύσταση της ομάδας που αποτελεί το δείγμα. Φροντίζουμε, δηλαδή, οι ερωτώμενοι να αποτελούν **χαρακτηριστικές, τυπικές, περιπτώσεις**, να αντιπροσωπεύουν -κατά το δυνατόν- τις περισσότερες ή/και τις κυριότερες κατηγορίες του πληθυσμού που ερευνούμε.

Συνήθως, μερικές συνεντεύξεις βάθους είναι συνήθως αρκετές για να δώσουν μια αντικειμενική εικόνα. Άλλωστε, μετά από έναν αριθμό συνεντεύξεων που λαμβάνονται από προσεκτικά επιλεγμένες –άρα αντιπροσωπευτικές- περιπτώσεις, επέρχεται ο «πληροφοριακός κορεσμός», δηλαδή, όσες συνεντεύξεις και να πάρουμε λίγο-πολύ θα μας οδηγήσουν στα ίδια ή σε πολύ παρόμοια αποτελέσματα.

Ένα δεύτερο σημαντικό κριτήριο για την επιλογή των ερωτωμένων είναι η δυνατότητά μας να τους **προσεγγίσουμε**, να είναι δηλαδή άτομα που με –σχετική- ευκολία θα μπορέσουμε να βρούμε, να επικοινωνήσουμε και να κανονίσουμε να συναντηθούμε μαζί τους για τη συνέντευξη.

3.3.2. Προετοιμασία, σχεδιασμός της συνέντευξης.

α. Βασικό μέλημα του ερευνητή είναι να σχεδιάσει την πορεία της συζήτησης και να έχει ξεκαθαρίσει *τι* θα ρωτήσει και *γιατί*. Επομένως, η συνέντευξη χρειάζεται να σχεδιαστεί με βάση κάποιους **θεματικούς άξονες**. **Γενικά, οι άξονες μιας συνέντευξης πρέπει να συνάδουν με το στόχο και τα ερευνητικά μας ερωτήματα.** Στη φάση αυτή φροντίζουμε να δημιουργήσουμε έναν Οδηγό Συνέντευξης, ένα είδος θεματικού «πιλότου», με βάση πάντα το σκοπό και τα ερευνητικά ερωτήματα της έρευνας και φυσικά τους άξονες προβληματισμού που θέσαμε εξ αρχής. Για έναν αρχάριο ερευνητή η συνέντευξη μπορεί να χωρίζεται σε τόσους θεματικούς άξονες όσα είναι και τα ερευνητικά ερωτήματα που έχει θέσει. Σε κάθε άξονα ο ερευνητής έχει προσχεδιάσει ορισμένες πιθανές ερωτήσεις που θα θέσει, και συχνά ξεκινά τη συνέντευξη με αυτές μέχρι να «σπάσει» ο πάγος και η συζήτηση να κυλήσει πιο αβίαστα. Τις περισσότερες φορές οι ερωτήσεις αυτές είναι μια λεκτική αναπροσαρμογή ή αναδιατύπωση ή ανάλυση των ερωτημάτων που ερευνά.

Μια άλλη προσέγγιση κατά τη συνέντευξη είναι να έχουμε φτιάξει μια λίστα των θεμάτων προς διερεύνηση, αλλά σε αυτήν την περίπτωση καλό είναι να έχουμε βάλει τίτλους, σαν «ομπρέλες» θα λέγαμε, πχ, τα ερευνητικά μας ερωτήματα, ώστε να είμαστε σίγουροι ότι δεν ξεφύγαμε από τον σκοπό και το θέμα της συνέντευξης.

β. Το δεύτερο σημείο που περιλαμβάνει ο σχεδιασμός της συνέντευξης είναι ο προσδιορισμός του **τόπου και του χρόνου** της συνάντησης και της διεξαγωγής της. Ο ερευνητής οφείλει να έχει εντοπίσει τον κατάλληλο χώρο και χρόνο ώστε να τα προτείνει στον ερωτώμενο. Οι δύο αυτοί παράγοντες, αν και δεν αφορούν στην ουσία της συνέντευξης, είναι συχνά καθοριστικοί για την ομαλή και απρόσκοπτη διεξαγωγή της. Φροντίδα, λοιπόν,

του ερευνητή είναι να εξασφαλίσει ένα ήσυχο μέρος σε χρόνο που βολεύει τον ερωτώμενο για να αποφύγει να του δημιουργήσει πίεση, άγχος, αμηχανία, δυσκολία κτλ.

3.3.3. Αρχική προσέγγιση του ερωτώμενου.

Σημαντικό στοιχείο της επιτυχίας μιας συνέντευξης οφείλεται στην **επικοινωνία** με τον ερωτώμενο. Η προσέγγιση και η πρώτη εντύπωση συχνά καθορίζουν και την ποιότητα αυτής της επικοινωνίας και παίζουν σημαντικό ρόλο στο να εδραιωθεί ένα κλίμα εμπιστοσύνης -απαραίτητο για μια συνέντευξη. Η πρώτη προσέγγιση μπορεί να γίνει προσωπικά ή τηλεφωνικά, σε κάθε περίπτωση, όμως, λέμε ποιοι είμαστε, τι ερευνούμε και για ποιον λόγο ζητούμε τη συμβολή του στην έρευνά μας.

Θα πρέπει εξ αρχής να είμαστε όσο πιο διαφωτιστικοί γίνεται για τους σκοπούς της συνέντευξης και γιατί επιλέξαμε το συγκεκριμένο άτομο να δώσει συνέντευξη, ώστε να μειωθεί η επιφυλακτικότητα και η ανησυχία του. Σε αυτήν την πρώτη επικοινωνία μπορούμε να διευκρινίσουμε και το είδος της καταγραφής που θα γίνει, πχ να ζητήσουμε άδεια για να χρησιμοποιήσουμε μαγνητόφωνο, ώστε να εξασφαλίσουμε τη συναίνεση του συμμετέχοντα. Μπορεί, επίσης, να χρειαστεί να εξηγήσουμε ότι είναι απαραίτητο να το χρησιμοποιήσουμε, διότι εξασφαλίζει την πιστή αναπαραγωγή όσων μας πει ο ίδιος, κτλ. Ακόμα, κατά την αρχική επικοινωνία συζητείται και το ζήτημα της ανωνυμίας (ή μη) και, γενικά, δίνονται εγγυήσεις για το πώς θα χρησιμοποιηθούν οι πληροφορίες που θα μας δώσει ο ερωτώμενος. Εδώ δίνεται και η υπόσχεση ότι η συνέντευξη θα σταματήσει στο σημείο που δεν θα αισθάνεται άνετα ή ότι, ακόμα κι αν αρχικά καταγραφούν κάποιες απόψεις του, μπορεί να ζητήσει να μην δημοσιοποιηθούν. Τέλος, μπορούμε να συμφωνήσουμε, κι αυτό συνήθως αίρει την επιφυλακτικότητα των ερωτώμενων, ότι πριν από κάθε χρήση και δημοσιοποίηση της συνέντευξης θα τους δοθεί ένα αντίγραφο. Αυτού του τύπου οι εξηγήσεις και οι διαβεβαιώσεις είναι δικλείδες ασφαλείας για τον διστακτικό συμμετέχοντα και συνήθως τον κάνουν να αισθανθεί πιο ασφαλής, ανοιχτός και χαλαρός κατά τη συνέντευξη. Όλα αυτά αποτελούν το «**συμβόλαιο**» της συνέντευξης. Απαραιτήτως ο ερευνητής πρέπει να τηρήσει ό,τι συμφωνήσει στο αρχικό στάδιο της προσέγγισης. Καλό είναι, πάντως, να θυμόμαστε ότι ο ερωτώμενος έχει δικαίωμα (για τους δικούς του λόγους, που δεν οφείλει να μας τους πει) να αρνηθεί να πάρει μέρος στην έρευνά μας. Τέλος, ο ερευνητικός μας σχεδιασμός χρειάζεται να περιλαμβάνει και τη διεξαγωγή μιας **πilotικής** συνέντευξης για τη βελτίωση τυχόν προβλημάτων που θα εντοπιστούν στη διαδικασία των συνεντεύξεων.

3.3.4. Διεξαγωγή της συζήτησης-συνέντευξης.

Στη συνέντευξη ο ερευνητής χρειάζεται να διαθέτει την ικανότητα να **οικοδομεί** σχέσεις εμπιστοσύνης και να δημιουργεί ένα κλίμα εμπιστοσύνης, που θα κάνει τους μετέχοντες να χαλαρώνουν, να ανοίγονται και να δίνουν ειλικρινείς και πλήρεις απαντήσεις. Να ακούει τον συνομιλητή του με ενδιαφέρον, να παρακολουθεί και να αντιδρά στα λεγόμενά του κατά τρόπο τέτοιο ώστε να τον ωθεί να αποκαλύψει περισσότερες πληροφορίες, χωρίς να χάσει τον ειρμό των σκέψεων του ή να ξεφύγει από το θέμα ή να παρασυρθεί προς την κατεύθυνση που επιθυμεί ο ερευνητής. Μικρές ενθαρρυντικές εκφράσεις, διευκρινιστικές (αλλά όχι κατευθυντικές) ερωτήσεις, θετική έκφραση χειριών, ματιών και προσώπου (αλλά όχι κατευθυντικού χαρακτήρα), γενικά, η φιλική κι ανοικτή στάση βοηθούν στο να κυλήσει ομαλά μια συνέντευξη. Ο ίδιος προσπαθεί να κρατήσει τη θέση του ως εγγυητής του πλαισίου επικοινωνίας με τον ερωτώμενο, χωρίς να κρίνει ηθικά ή με οποιονδήποτε άλλον τρόπο τις πράξεις και τα λόγια του. Είναι ανοικτός και πρόθυμος να τον ακούσει και να τον καταλάβει και έχει απόλυτη εχεμύθεια για όλα αυτά που του εκμυστηρεύονται.

Όπως προαναφέραμε **στόχος** της συνέντευξης είναι η αποκάλυψη των απόψεων, αντιλήψεων, συμπεριφορών, στάσεων, εμπειριών, ερμηνειών κι εμπειριών του ερωτώμενου. Η διαδικασία της συνέντευξης, λοιπόν, έχει σκοπό δώσει στον ερωτώμενο τη δυνατότητα να κινηθεί σε όλο το φάσμα των πιθανών απαντήσεων, κι όχι να τον περιορίσει ή να τον εγκλωβίσει σε μια σειρά συγκεκριμένες απαντήσεις προς την κατεύθυνση που επιθυμεί ο ερευνητής.

Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης ο ερευνητής χρειάζεται να προσέξει να **μην ξεφύγει από τους θεματικούς του άξονες** προκειμένου να συλλέξει τα δεδομένα που του χρειάζονται και να μπορεί στο επόμενο στάδιο να τα επεξεργαστεί με περισσότερη ευκολία. Βέβαια, η **πορεία της συνέντευξης**, σε κάποιες περιπτώσεις **δεν είναι πάντα προβλέψιμη** και τυχόν απρόβλεπτες καταστάσεις μπορεί να προκύψουν είτε από τις συνθήκες, είτε από τα υποκείμενα και τη διάθεση συνεργασίας τους, είτε από την έλλειψη επικοινωνίας με τον ερευνητή. Η συνέντευξη χαρακτηρίζεται από **ευελιξία**. Όσο αυστηρά δομημένη κι αν είναι, μπορούν να γίνουν τροποποιήσεις με βάση όσα συμβαίνουν τη στιγμή της διεξαγωγής της. Πάντα, δηλαδή, πρόκειται για μια ζωντανή διαδικασία, που λαμβάνει χώρα σε πραγματικές συνθήκες και καταστάσεις. Έτσι, σε μια συνέντευξη μπορεί να μας ενδιαφέρει να

συλλέξουμε και να καταγράψουμε όχι μόνον τις απόψεις των ερωτώμενων έτσι όπως «εκείνοι /ες θα τις εκφράσουν, βασιζόμενοι /ες στις εμπειρίες τους και στις δυσκολίες που συναντούν» (Bird & συν, 1999: 152), αλλά και κάποιες απόψεις ή παράγοντες που δεν είχαν προληφθεί. Έτσι, ακόμα κι αν οι συνεντεύξεις είναι πολύ καλά σχεδιασμένες, οργανωμένες και διεξοδικές, μας δίνουν πάντα την «ευκαιρία να ακολουθήσουμε την απρόβλεπτη κατεύθυνση προς την οποία μπορεί να οδηγήσει η γνώση αυτών που απαντούν» (Bird & συν., 1999: 86).

3.3.5. Αντιμετώπιση δυσκολιών κι απρόβλεπτων καταστάσεων.

Όταν μια συνέντευξη δείχνει να «κολλάει», ο ερευνητής χρειάζεται να της δώσει μια **ώθηση**, μια ανάσα σκέψης ή/και χρόνου για να αρχίσει πάλι να κυλά ομαλά. Είναι δικό του μέλημα να διευκολύνει τη συζήτηση, να ξεμπλοκάρει τον ερωτώμενο. Έτσι, η συνέντευξη μπορεί να ενισχυθεί με συμπληρωματικές ή ενθαρρυντικές ερωτήσεις, με σκοπό να ενθαρρυνθεί ή να διευκολυνθεί ο ερωτώμενος και να κυλήσει ομαλά η συνέντευξη. Στην περίπτωση αυτή ο συνεντευκτής μπορεί να χρησιμοποιήσει κάποιες επικοινωνιακές τεχνικές, όπως οι «ερωτήσεις – καθρέφτης» (αντιγυρίζουμε ως ερώτηση την απάντηση που μας έδωσε, π.χ. «εννοείς ότι ... », ή «αν καταλαβαίνω σωστά, μου λες ότι ...») ή η παράφραση (ρωτάμε το ίδιο πράγμα με άλλα λόγια π.χ. «θα μπορούσαμε να το πούμε κι έτσι...»). Ίσως χρειάζεται να περάσουμε στο επόμενο θέμα ή στην επόμενη ερώτηση κι αν μπορέσουμε να επανέλθουμε στο θέμα που έμεινε αναπάντητο αργότερα, σε μια πιο βολική στιγμή. Όμως, δεν πρέπει να πιέζουμε τον ερωτώμενο να δώσει απάντηση σε κάτι που συνειδητά ή ασυνείδητα αποφεύγει να θίξει!

Οι **εξωτερικές συνθήκες** μπορεί επίσης να σταματήσουν ή να διακόψουν ή και να προκαλέσουν αναβολή μιας συνέντευξης. Ο θόρυβος, ένα μικροατύχημα, ένα εξωτερικό γεγονός, μια διακοπή από τρίτους, ένα ξαφνικό νέο κτλ, ίσως προκαλέσουν ανατροπή του σχεδιασμού μας. Ο ερευνητής πρέπει να φανεί ευέλικτος και να προσπαθήσει να διορθώσει όσα είναι δυνατόν να διορθωθούν ή να βρει μια εναλλακτική λύση ή και να προσπαθήσει να μεταθέσει τη συνέντευξη κάποια άλλη στιγμή, αν είναι απαραίτητο.

Η μεγαλύτερη όμως ανατροπή έρχεται όταν λόγω κάποιου αδέξιου χειρισμού εκ μέρους του ερευνητή αλλάξει η **διάθεση του ερωτώμενου** να συνεχίσει τη συνέντευξη, π.χ. αν αισθανθεί προσβεβλημένος ή πιεσμένος ή αναγκασμένος να αποκαλύψει πράγματα που δεν επιθυμούσε. Τότε ο ερευνητής οφείλει να παραδεχτεί την πίεση που άσκησε ή το λάθος

στην έκφραση κτλ και να προσπαθήσει να συνεχίσει, αποφεύγοντας να θίξει πάλι το ζήτημα που προκάλεσε τη δυσαρέσκεια του ερωτώμενου.

3.3.6. Ανάλυση του ερευνητικού υλικού και ερμηνεία του.

Η θεματική ανάλυση **κατά άξονα ενδιαφέροντος** είναι ένας τρόπος ταξινόμησης και ανάγνωσης του υλικού της συνέντευξης με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα της έρευνας. Η ανάλυση των δεδομένων που συγκεντρώνονται μέσα από διαδικασία κατηγοριοποίησης επιτρέπει τη μετατροπή του λεκτικού περιεχομένου των συνεντεύξεων σε συνοπτικά ευρήματα, τα οποία στη συνέχεια ερμηνεύονται με ποιοτικούς όρους. Τα ευρήματα όμως μπορούν και να μετατραπούν σε ποσοτικοποιημένα στοιχεία και να ερμηνευτούν αναλόγως. Η ανάγνωση του υλικού εξαρτάται κι από τον **τρόπο της καταγραφής** του. Αν η συνέντευξη έχει μαγνητοφωνηθεί, απαιτείται η χρονοβόρα αλλά απαραίτητη διαδικασία της απομαγνητοφώνησης, που μετατρέπει τον προφορικό λόγο σε γραπτό κείμενο κι έτσι μπορεί να αναλυθεί με μεγαλύτερη συστηματικότητα. Αντίθετα, αν ο ερευνητής πρέπει να θυμάται τι ειπώθηκε ή να στηριχτεί αποκλειστικά στις σημειώσεις του, κινδυνεύει να χάσει ένα μεγάλο ποσοτικά ή/και ποιοτικά μέρος των δεδομένων που συνέλεξε από τους ερωτώμενους. Ωστόσο ίσως είναι χρήσιμο να γίνει συνδυασμός της χρήσης των σημειώσεων με το μαγνητόφωνο, διότι στις σημειώσεις μπορεί να περιέχονται πληροφορίες που δεν αποκαλύπτονται στο απομαγνητοφωνημένο κείμενο της συζήτησης π.χ. η έκφραση του προσώπου, η στάση του σώματος, δηλαδή σημάδια της μη λεκτικής επικοινωνίας, τα συναισθήματα πριν και μετά τη συνέντευξη κτλ.

3.4 Εργαλείο της μελέτης.

Ως εργαλείο της μελέτης επιλέχθηκε η ημι-δομημένη συνέντευξη, γιατί μπορείς να την προσαρμόσεις ανάλογα με την περίπτωση. Ανάλογα με την ικανότητα του συνεντευκτή είναι δυνατό να αντιληφθεί εκ των προτέρων πιθανές αντιδράσεις, κίνητρα, συναισθήματα και ιδέες. Θα πρέπει όμως ο συνεντευκτής να είναι αντικειμενικός και να μην επηρεάζει τα υποκείμενα της έρευνας, ώστε να του δίνουν τις απαντήσεις που θέλει και να επαληθεύει τις υποθέσεις του. Η ημι-δομημένη συνέντευξη δίνει την ελευθερία να ελιχθείς ανάλογα με τις απαντήσεις. Μπορεί να αλλάξει η σειρά των ερωτήσεων, να προστεθούν άλλες που δεν ήταν προγραμματισμένες και να παραληφθούν κάποιες που ήταν προσχεδιασμένες. Υπάρχει δηλαδή ένα πλάνο ερωτήσεων αλλά δεν ακολουθείται κατά γράμμα. Γενικά θέλει προσοχή, καθώς μια ερώτηση μπορεί να απαντηθεί διαφορετικά από τον ίδιο άνθρωπο, αν αλλάξει ο

τόνος της φωνής, το ύφος και η έμφαση. Ιδανική είναι η αντικειμενική παρουσίαση των ερωτήσεων. Η συνέντευξη είναι ένα πολύ διαδομένο εργαλείο στις εκπαιδευτικές έρευνες, καθώς επιτρέπει τη διερεύνηση ενός θέματος σε βάθος. Όταν η μορφή της συνέντευξης είναι ημι-δομημένη, μας δίνει περισσότερη ελευθερία και ευελιξία. Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας για να μπορέσει να πραγματοποιηθεί η έρευνα έγιναν δέκα εννιά συνεντεύξεις με μεταπωλητές από όλη την Ελλάδα οι οποίοι επιλέχθηκαν γιατί είναι αναγνωρισμένοι στον χώρο της μεταπώλησης τρεις εκ των οποίων διατηρούν και τα δικά τους φυσικά καταστήματα μεταπώλησης συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων, τέλος ο ένας από τους τρεις(Flower Kickz) θεωρείται ένας από τους καλύτερους στον κόσμο με αρκετές εμφανίσεις στα τηλεοπτικά δίκτυα της Ελλάδας. Λόγω της πανδημίας του Covid-19 κατά κύριο λόγο όλες οι συνεντεύξεις έγιναν μέσω ίντερνετ (skype,Microsoft teams, Discord).

3.5 Ερωτηματολόγιο.

Οι παρακάτω ερωτήσεις επιλέχθηκαν για να καλύψουν μια σειρά σημαντικών θεμάτων που σχετίζονται με τη μεταπώληση συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων. Ασχολούνται με διάφορες πτυχές του κλάδου, συμπεριλαμβανομένων των προσωπικών εμπειριών, των στρατηγικών προμήθειας, της γνώσης της αγοράς, των σχέσεων με τους πελάτες, της ηθικής και της παραμονής μπροστά σε μια ανταγωνιστική αγορά. Αυτές οι ερωτήσεις παρέχουν συλλογικά μια ολοκληρωμένη κατανόηση της εμπειρίας, των δεξιοτήτων, των επιχειρηματικών πρακτικών και των προοπτικών του ερωτώμενου για τη μεταπώληση συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων.

Παρακάτω δίνεται το Ερωτηματολόγιο της Συνέντευξης:

1. Πώς ξεκινήσατε να πουλάτε sneakers, και ποια η εμπειρία σας στη βιομηχανία μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων;
2. Ποια είναι η διαδικασία που ακολουθείτε για την απόκτηση αθλητικών υποδημάτων για μεταπώληση.
3. Πώς καθορίζετε την αξία ενός sneaker και ποιους παράγοντες λαμβάνετε υπόψη όταν ορίζετε την τιμή για ένα ζευγάρι που πουλάτε;
4. Πώς πραγματοποιείτε τον έλεγχο ταυτότητας των αθλητικών υποδημάτων για να διασφαλίσετε ότι είναι γνήσια και όχι πλαστά;

5. Προκλήσεις που αντιμετωπίσατε κατά τη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων και πώς τις έχετε ξεπεράσει;
6. Υπήρξαν κάποιες αξιοσημείωτες ή μοναδικές πωλήσεις που έχετε κάνει και τι τις έκανε να ξεχωρίζουν;
7. Πώς χειρίζεστε την εξυπηρέτηση πελατών, την επικοινωνία και ποια βήματα κάνετε για να διατηρήσετε θετικές σχέσεις με τους αγοραστές;
8. Πώς ενημερώνεστε για τις νέες κυκλοφορίες sneaker και τις τάσεις της αγοράς;
9. Πώς προσαρμόζεστε στις αλλαγές της αγοράς και των τάσεων του κλάδου;
10. Τι σας ξεχωρίζει από άλλους μεταπωλητές αθλητικών υποδημάτων και γιατί να επιλέξουμε να συνεργαστούμε μαζί σας;
11. Πως βλέπετε το μέλλον της αγοράς μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων στην Ελλάδα και πού βλέπετε τον εαυτό σας μέσα σε αυτήν τα επόμενα 5 χρόνια;
12. Θέλετε να προσθέσετε κάτι επιπλέον;

Πρώτα θα παρουσιαστούν αναλυτικά οι απαντήσεις που δόθηκαν από κάθε συνέντευξη ξεχωριστά. Μετά θα αναλυθούν τα αποτελέσματα.

Pluglife

1. Στην αρχή έψαχνα για εμένα να βρω να αγοράσω ένα Jordan 1 mid και δεν έβρισκα πουθενά οπότε άρχισα να ψάχνω τον λόγο που δεν υπήρχαν πουθενά , έμαθα πως έχουν μεταπωλητική αξία και όταν βρήκα επιτέλους για μένα άρχισαν να ζητάνε φίλοι μου και πάει λέγοντας . Έχω δίκη μου σελίδα πλέον και η μεταπώληση είναι η βασική μου μορφή απασχόλησης.
2. Κυρίως μπαίνω σε κληρώσεις των εταιριών υποδημάτων και γενικά ψάχνω συνέχεια ευρωπαϊκά καταστήματα που μπορεί να έχουν κάτι διαθέσιμο και να έχει μεταπωλητική αξία.
3. Η αξία ενός ζευγαριού καθορίζεται κυρίως από την παγκόσμια αγορά και το δίκτυο StockX . Λαμβάνω κυρίως υπόψη το πόσο όμορφο είναι ένα ζευγάρι , και πόσο το δίνουν οι ανταγωνιστές σελίδες το ίδιο ζευγάρι.
4. Συνήθως με εφαρμογές πιστοποίησης και σε ομάδες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που ασχολούνται με την πιστοποίηση.

5. Στην αρχή η μόνη δυσκολία είναι να σε μάθει ο κόσμος και να ανέβει η σελίδα . Με στρατηγική πραγματοποίηση κάποιας κλήρωσης σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης αυτό το ξεπερνάς ευκολά επειδή σε όλους αρέσει το δωρεάν.
6. Προσωπικά μου έχουν μείνει πιο πολύ όταν παραδίδω το δώρο μιας κλήρωσης σε κάποιον που το ήθελε πολύ, πολλές φορές είναι και κάποιος που δεν θα είχε την δυνατότητα να αγοράσει ένα τόσο ακριβό ζευγάρι από μόνος του , οπότε ναι κάτι τέτοιο μου έχει μείνει σαν ξεχωριστή εμπειρία.
7. Προσπαθώ πάντα να μιλάω στον πληθυντικό ανεξαρτήτως ηλικίας , και να μην υποκύψω αν κάποιος με βρίσει η μου μιλήσει άσχημα η υποτιμητικά . Προς το παρόν τα έχω καταφέρει καλά , και σε τέτοιες περιπτώσεις απλά λέω "ευχαριστώ πολύ , καλή συνέχεια " και αυτό λειτουργεί αρκετά καλά.
8. Υπάρχουν πολλά blogs με τις κυκλοφορίες που έρχονται, κατά κύριο λόγο μέσω ίντερνετ.
9. Όσο πηγαίνεις με τις τάσεις της αγοράς δεν θα είσαι ποτέ λάθος , αρκεί να βάζεις και την προσωπική σου πινελιά στις επιλογές σου.
10. Πιστεύω ο τρόπος που συμπεριφερόμαστε στους πελάτες και πάντα θέλουμε να μένουν όλοι ευχαριστημένοι μέχρι την τελευταία στιγμή της συνεργασίας μας.
11. Η αγορά μεταπώλησης θα συνεχίζει να ανεβαίνει όσο βγαίνουν ωραία και ξεχωριστά ζευγάρια. Εμείς σίγουρα θα έχουμε δικό μας φυσικό κατάστημα σε αυτά τα 5 χρόνια .

The thetahub

1. Η αγάπη μας για τα υποδήματα κι ειδικά για τα αθλητικά υποδήματα μας ώθησε εκεί ! Είναι ο ανταγωνισμός μεγάλος αλλά κι αυτό έχει την πρόκληση του.
2. Ξέρουμε την ακριβή ώρα σε κάθε κυκλοφορία και την δημοσιότητα που θα πάρει το καθένα αθλητικό υπόδημα.
3. Βλέπουμε πως κινείται η υπόλοιπη αγορά κυρίως στην Ελλάδα και προσαρμόζουμε ανάλογα την τιμή.
4. Αγοράζουμε μόνο από ιστοσελίδες όπως Nike, και οτιδήποτε άλλο με απόδειξη αγοράς πάλι από πιστοποιημένους μεταπωλητές αθλητικών υποδημάτων.
5. Καμία προς το παρόν.
6. Υπήρξαν κάποιες αξιόλογες πωλήσεις κυρίως από συνεργασίες εταιριών όπως off Jordan 5 white x Nike(500 ευρώ) και Jordan 3 A ma manière (680 ευρώ).
7. Η ευγένεια είναι σημαντικός παράγοντας και να απαντάς στην ώρα του πελάτη.

8. Υπάρχουν διαδικτυακές πλατφόρμες που μας επιτρέπουν γνωρίζουμε από πριν.
9. Μέσα από την διαρκή παρακολούθηση των τάσεων της αγοράς καταφέρνουμε με ευκολία να προσαρμοζόμαστε.
10. Η ποικιλία, ο κόσμος που μας ακολουθεί και η αμεσότητα μας
11. Θα θέλαμε τα επόμενα 5 χρόνια να είναι ευρέως διαδεδομένη η μεταπώληση συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων και να υπάρχουν τουλάχιστον οι διπλάσιοι μεταπωλητές.

Sneakers finest

1. Ξεκίνησα σαν χόμπι γιατί μου άρεσαν τα αθλητικά υποδήματα, είμαι σε αυτόν τον χώρο περίπου στα 5 χρόνια.
2. Αγορά των προϊόντων από μεταπωλητές και έπειτα μεταπώληση μέσω instagram ή διαφόρων ιστοσελίδων μεταπώλησης (StockX, Facebook marketplace, Ebay).
3. Η τιμή προκαθορίζεται παγκόσμια από τις πλατφόρμες πώλησης όπου πουλάνε εκατομμύρια άνθρωποι και βγαίνει ένας μέσος όρος.
4. Μετά από 5 χρόνια εμπειρίας είμαι σε θέση πλέον να πραγματοποιώ μόνος μου έλεγχο ταυτότητας και επιλέγω να αγοράζω μόνο από έμπιστους μεταπωλητές.
5. Υπάρχει πάντα το ρίσκο να μην πουληθεί κάποιο ζευγάρι, αλλά και η εύρεση των συλλεκτικών υποδημάτων είναι από μόνο του μια μορφή πρόκλησης.
6. Ναι υπήρξε ήταν το Jordan 1 high Travis Scott mocha στα 1200 ευρώ, η τιμή και η σπανιότητα των ζευγαριού αυτού το ξεχωρίζει από τις υπόλοιπες πωλήσεις που έχω κάνει.
7. Η ευγένεια παίζει σημαντικό ρόλο, απαντώ άμεσα σε ερωτήσεις πελατών, μερικές μέρες αργότερα από την πώληση έρχομαι σε επικοινωνία μαζί τους να ρωτήσω αν είχαν κάποιο πρόβλημα.
8. Μέσω κάποιων διαδικτυακών ομάδων που είμαι εγγεγραμμένος έχω την δυνατότητα να ενημερώνομαι για τις νέες κυκλοφορίες.
9. Αναλόγως προσαρμόζω τα σχέδιά μου και αν χρειαστεί και τους στόχους μου, αξιοποιώ τις νέες πληροφορίες και τις καταστάσεις με τρόπο δημιουργικό.
10. Οι γνώσεις μου στο αντικείμενο αφού είμαι πρώτα αγοραστής και μετά πωλητής η συνεχής εξέλιξη μου στην παροχή των υπηρεσιών μου πακετάρισμα, αποστολή, άμεση εξυπηρέτηση με καθιστούν ιδανικό να συνεργαστεί κάποιος μαζί μου.

11. Το μέλλον της αγοράς δεν πιστεύω ότι θα είναι μεγάλο καθώς είναι ένας κλάδος που έχει κορεστεί αρκετά και οι εταιρίες κατασκευής υποδημάτων καταπολεμούν τον κλάδο της μεταπώλησης όποτε προβλέπω στο μέλλον να υπάρχουν μόνο μεγάλα φυσικά καταστήματα.

Golden kickz

1. Ξεκίνησα να ασχολούμαι με την μεταπώληση πριν λίγο καιρό όταν μου ήρθε η επιθυμία για ένα δευτερεύον επάγγελμα το οποίο θα είχε και ένα καλό εισόδημα.
2. Οι εταιρίες υποδημάτων τα υποδήματα τα οποία θα έχουν μεγάλη μεταπωλητική αξία τα κληρώνουν(τα αγοράζεις αφού κερδίσεις στην κλήρωση) και αυτό που κάνω εγώ είναι μέσω προγράμματος στον υπολογιστή(Botting) να βάζω πολλές συμμετοχές σε κάθε κλήρωση έτσι ώστε να έχω εξασφαλισμένη τη «νίκη».
3. Καταρχάς να επισημάνω πως η τιμή που ορίζεται από τον καθένα είναι ίδια για κάθε παπούτσι καθώς δεν εξαρτάται από τον μεταπωλητή αλλά από το κόσμο. Παίζει πολύ ρόλο το μοντέλο, το χρώμα και αν είναι συνεργασία εκτοξεύεται η αξία. Η ποσότητα που υπάρχει παίζει εξίσου μεγάλο ρόλο καθώς όσο πιο σπάνιο είναι ένα παπούτσι ανεβαίνει η τιμή.
4. Προσωπικά ότι παίρνω τα παίρνω κατευθείαν από το ιστοσελίδες με τη μέθοδο που προανέφερα, αποφεύγω να παίρνω από τρίτους όποτε είμαι 100% σίγουρος ότι είναι αυθεντικά.
5. Η διαδικασία του Botting που προανέφερα απαιτεί πολύ εμπειρία, και μου πήρε πολύ καιρό μέχρι να έχω συστηματικές επιτυχίες.
6. Όχι δεν διαχωρίζω τις πωλήσεις προς το παρόν καθώς δεν έχω πιάσει κάποιο σημαντικά σπάνιο κομμάτι στα χέρια μου. Μπορώ να πω όμως ότι έχω πουλήσει το Jordan 4 SB Pine Green στα 360 ευρώ.
7. Φροντίζω να είμαι ευγενικός να μπαίνω στα υποδήματα του πελάτη και να συμπεριφέρομαι όπως θα ήθελα να μου συμπεριφερθούν.
8. Υπάρχουν διάφορες διαδικτυακές ομάδες οι οποίες είναι από πληρωμή, και εκεί ενημερώνεσαι αναλυτικά για κάθε κυκλοφορία, αν αξίζει και κατά ποσό αξίζει.
9. Φροντίζω να προσαρμόζομαι γρήγορα για να πετυχαίνω το μέγιστο κέρδος που ίσως επιφέρει μια νέα τάση μέσα από έρευνα που συνήθως πραγματοποιώ μέσω διαδικτύου.

10. Με ξεχωρίζει η συνέπια. Θεωρώ πως το να έχω κάθε νέα κυκλοφορία στα χέρια μου σε αρχική τιμή πώλησης είναι σημαντικό προσόν. Είμαι λίγο καιρό στο χώρο αλλά έχω εξελιχθεί πολύ και έχω γνώσεις που σπάνια τις βρίσκεις σε κάποιον άλλον μεταπωλητή.
11. Η δεν θα υπάρχει λόγω του πολέμου που δέχεται από τις εταιρείες παραγωγής υποδημάτων η θα είναι ακραία εξελιγμένο (μάλλον το δεύτερο) και σίγουρα θα είμαι εκεί να το ενισχύω επιπλέον.

Hype Resort

1. Πάντα μάζευα συλλεκτικά υποδήματα και ρούχα τα οποία είχαν ζήτηση καθώς μου άρεσαν. Έτσι ξεκίνησα να προμηθεύω κόσμο ο οποίος ίσως να μην ξέρει πως να το κάνει η να μην έχει χρόνο να ασχοληθεί, με αυτά τα συλλεκτικά υποδήματα καθώς και ρούχα.
2. Πολλές ηλεκτρονικές συσκευές(υπολογιστές, κινητά, τάμπλετ) συντονισμένες στην ίδια σελίδα την ώρα κάποιου κάποιας κυκλοφορίας έτσι ώστε οι πιθανότητες αγοράς να είναι υψηλότερες.
3. Συνήθως η αξία ενός αθλητικού υποδήματος καθορίζεται από την δημοσιότητα την οποία υπάρχει από τον κόσμο και πόσο πολύ αρέσει. Μετά συγκρίνοντας τιμές από διάφορες πλατφόρμες μεταπώλησης καταλήγεις σε ένα μέσο όρο.
4. Υπάρχουν συγκεκριμένοι τρόποι και το κάθε αθλητικό υπόδημα. Κοιτάς τις ραφές, το υλικό και πως αντιδράει το υλικό στην επαφή με υπεριώδη ακτινοβολία (αν φαίνονται κόλλες κτλ.).
5. Η αρχή είναι η πιο δύσκολη. Μέχρι να χτίσεις ένα όνομα, να κερδίσεις την εμπιστοσύνη του κόσμου περνάει καιρός και υπάρχει ο κίνδυνος να τα παρατήσεις.
6. Ένα αθλητικό υπόδημα που έχει κυκλοφορεί σε περιδοσμένα νούμερα στον κόσμο μπορεί να θεωρηθεί ξεχωριστό. Μια δική μου αξιοσημείωτη πώληση είναι το Jordan 1 High shattered backboard στα 420 ευρώ.
7. Κάνω το καλύτερο δυνατό να ανταπεξέλθω στις ανάγκες του καθενός. Σωστή γλώσσα και αν μπορώ να φέρω κάποιο συλλεκτικό αθλητικό υπόδημα που μου ζητάνε το κάνω.
8. Μέσω ενημερωτικών ιστοσελίδων αθλητικών υποδημάτων και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

9. Ακολουθώντας την τάση της αγοράς ανανεώνω συνέχεια την γκάμα των υποδημάτων που προσπαθώ να πουλήσω ώστε να βγάλω μέγιστο κέρδος.
10. Παρόλο που ήμαστε μια νέα σελίδα και ακόμα χτίζεται το όνομα ο στόχος μας είναι να διαλέγουμε πολύ ξεχωριστά υποδήματα τα οποία είναι δύσκολο να βρεθούν. Βέβαια και τα κλασσικά είναι σημαντικό να υπάρχουν καθώς δεν ψάχνουν όλοι το πιο σπάνιο και ακριβό. Καθώς και νέα σελίδα προσφέρουμε χαμηλές τιμές έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα κλίμα εμπιστοσύνης. Όλα τα υποδήματα πριν βγουν για πώληση περνάνε έλεγχο αυθεντικότητας μέσα από δικές μας τεχνικές για να είναι ήσυχος ο πελάτης. Επίσης οι παραδόσεις στην Ελλάδα γίνονται άμεσα και δεν χρειάζεται μεγάλη αναμονή.
11. Η μεταπώληση συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων έχει ανεβεί παρά πολύ τα τελευταία χρόνια και έχει πολύ δρόμο ακόμα. Στόχος μου είναι να έχω δημιουργήσει μια καλή φήμη σαν ηλεκτρονικό μαγαζί και να καταφέρω να ανοίξω ένα φυσικό κατάστημα.

Sneakin.skg

1. Ήξερα γενικά για την μεταπώληση, όλα ξεκίνησαν όταν αγόρασα ένα παπούτσι (συγκεκριμένα τα Nike Dunk panda) τα πούλησα για το διπλάσιο από όσο τα αγόρασα, μεγάλωσα το κεφάλαιό μου είδα την ευκαιρία που παρουσιάζεται σε αυτή την αγορά και συνέχισα να αγοράζω υποδήματα για μεταπώληση.
2. Μπαίνω στις κληρώσεις των εταιρειών υποδημάτων αλλά και καταστημάτων, παρακολουθώ ιστοσελίδες καταστημάτων από Ελλάδα και εξωτερικό που φέρνουν αθλητικά υποδήματα. Επίσης πολλές φορές πηγαίνω σε φυσικά καταστήματα υποδημάτων και ψάχνω ευκαιρίες που μπορεί να έχουν.
3. Την τιμή την καθορίζω σύμφωνα με την μεταπωλητική αξία που έχει το αθλητικό υπόδημα στην αγορά και κυρίως στο StockX.
4. Από εμπειρία η από ηλεκτρονική εφαρμογή πιστοποίησης η οποία είναι με πληρωμή και σου δίνει πιστοποιητικό γνησιότητας.
5. Μπορώ να θεωρηθώ από τους τυχερούς στον χώρο αφού δεν έχω αντιμετωπίσει κάποιο πρόβλημα ποτέ και ελπίζω να συνεχιστεί αυτό για καιρό.

6. Ναι, κατάφερα να κερδίσω μέσω κλήρωσης ένα αθλητικό υπόδημα σε αρχική τιμή 180 ευρώ το οποίο πουλήθηκε για 800€ κέρδος, το Jordan 1 Retro High Off-White University Blue.
7. Είμαι πάντα ευγενικός και προσπαθώ να βοηθήσω τον πελάτη και όχι να κοιτάζω μόνο το προσωπικό μου συμφέρον.
8. Από ομάδες που μπαίνεις με πληρωμή(Cook groups) εφαρμογές ή σελίδες που ακολουθώ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
9. Κυρίως ακολουθώ την μόδα πάντα ώστε να πουλάω ό,τι έχει ζήτηση την δεδομένη περίοδο.
10. Έχω αρκετά προσιτές τιμές, δέχομαι όλους τους τρόπους πληρωμής και παρέχω άριστη εξυπηρέτηση και επιστροφή χρημάτων άμα δεν μείνει ικανοποιημένος ο πελάτης.
11. Σίγουρα υπάρχει πολύ μέλλον, θα ανέβει πολύ αυτό το κομμάτι και ελπίζω να γίνει αποδεκτό από όλους καθώς οι περισσότεροι μας θεωρούν απατεώνες Σε 5 χρόνια θα ήθελα να έχω φυσικό κατάστημα, να έχω γίνει ευρέως γνωστός για να μπορώ να πουλήσω σε περισσότερες χώρες.

Street.plug

1. Ξεκίνησα επειδή είχα μεγάλο πάθος για τα υποδήματα έψαχνα να βρω έναν τρόπο για να βγάλω χρήματα ώστε να μην εξαρτώμαι από την οικογένεια μου.
2. Ανάλογα μερικές φορές τα αγοράζω απευθείας από τον επίσημο πωλητή ή άλλες φορές άμα βρω καλή τιμή από άλλο μεταπωλητή.
3. Η αξία καθορίζεται ανάλογα με την ζήτηση το μέγεθος και την τιμή που έχουν βάλει άλλοι μεταπωλητές για το ίδιο παπούτσι.
4. Κυρίως με ηλεκτρονικές εφαρμογές που επί πληρωμή στο ελέγχουν και σου παρέχουν πιστοποιητικό γνησιότητας.
5. Η αρχή πάντα είναι δύσκολή, την πρώτη εβδομάδα ήμουν έτοιμος να τα παρατήσω. Προσπάθησα αρκετά να αναδείξω τον εαυτό μου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αφού κατάφερα να πέτυχω την πρώτη μου πώληση δεν εγκατέλειψα και συνεχίζω μέχρι σήμερα.

6. Ναι, συγκεκριμένα το Adidas Yeezy Boost 350 V2 Yecheil (Reflective) που είχα αγοράσει από Αμερική που δεν είχε μεγάλη ζήτηση και το πούλησα στην Ελλάδα στα 570 ευρώ.
7. Προσπαθώ να είμαι πάντα φιλικός κατανοητός και οικείος γιατί νιώθω πως έτσι η σχέση θα είναι καλύτερη και στο μέλλον
8. Από διάφορες ιστοσελίδες με ημερολόγια κυκλοφοριών αλλά και εφαρμογές που υπάρχουν για κινητά.
9. Παρακολουθώ αρκετά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διασημοτήτων οι οποίοι επηρεάζουν αρκετά την αγορά προσαρμόζομαι ανάλογα έτσι ώστε να μην μένω πίσω.
10. Είμαι λίγο καιρό στον χώρο αλλά με τις επενδύσεις που έχω κάνει σε υποδήματα και την ανατροφοδότηση που έχω από τις πωλήσεις αποτελώ μια εξαιρετική επιλογή να με επιλέξει κάποιος.
11. Πιστεύω πως θα συνεχίσει να διαδίδεται όλο ένα και περισσότερα άτομα θα ασχολούνται με αυτό, καθώς και θα ανοίγουν περισσότερα φυσικά καταστήματα όπως συμβαίνει στο εξωτερικό.

Aftermath

1. Ξεκίνησα στα 15 κατασκηνώνοντας έξω από καταστήματα στην αρχή, μετά με διάφορες γνωριμίες ξεκίνησα να παίρνω όλο και περισσότερα ζευγάρια και κατέληξα να ανοίξω κατάστημα.
2. Μέσα από διάφορες γνωριμίες με επίσημους μεταπωλητές και εταιρείες υποδημάτων τα αγοράζω σε καλές τιμές και τα βάζω στο κατάστημα μου.
3. Η τιμή καθορίζεται με βάση την προφορά και τη ζήτηση. Όσο πιο πολλοί το θέλουν και όσο πιο λίγα είναι τα διαθέσιμα ζευγάρια τόσο μεγαλύτερη και η αξία του παπουτσιού. Η δική μας τιμή πώλησης καθορίζεται από την τιμή της αγοράς +την ελληνική φορολογία και ΦΠΑ. Δηλαδή η τιμή περιλαμβάνει 24% ΦΠΑ και 20% φορολογία επι του κέρδους και το αντίστοιχο μερίδιο από τα λειτουργικά έξοδα του καταστήματος.
4. Όλα τα υποδήματα μας αγοράζονται κατευθείαν από την εταιρεία υποδημάτων ή τον εκάστοτε επίσημο μεταπωλητή.
5. Η μεγαλύτερη πρόκληση είναι ο τεράστιος ανταγωνισμός που υπάρχει στο συγκεκριμένο είδος καθώς τα υποδήματα είναι πολύ περιορισμένα και αυτοί που τα

- θέλουν άπειροι. Εμείς παραμένουμε αυθεντικοί και αληθινοί σε αυτό που κάνουμε και σιγά σιγά έχουμε αποκτήσει ένα πιστό κοινό για το οποίο είμαστε ευγνώμων.
6. Θα έλεγα οι πιο αξιοσημείωτες πωλήσεις είναι αυτές των φούτερ και των T-shirts μας καθώς είναι κάτι το οποίο ράβουμε εξολοκλήρου εμείς, και το να βλέπεις κάποιον να θέλει να αγοράσει δημιουργία σου είναι μοναδικό. Από υποδήματα θα έλεγα η πρώτη πώληση που κάναμε στο μαγαζί την οποία θυμάμαι ακόμα ένα απλό Nike Supreme air force στα 200 ευρώ.
 7. Προσπαθούμε να είμαστε όσο το δυνατόν πιο ευγενικοί και βοηθητικοί με τους πελάτες. Ο σεβασμός είναι το παν και οφείλει να είναι αμφίδρομος
 8. –
 9. Οι τάσεις και η μόδα συνεχώς αλλάζουν και εμείς με τη σειρά μας προσπαθούμε να πιάνουμε τις τάσεις από την αρχή έτσι ώστε όταν γιγαντώνονται να είμαστε ήδη προετοιμασμένοι από άποψη αποθέματος.
 10. Είμαστε το πρώτο κατάστημα μεταπώλησης συλλεκτικών υποδημάτων στην Ελλάδα και το μόνο κατάστημα που μπορεί να εγγυηθεί την αυθεντικότητα των υποδημάτων του. Επίσης όπως προανέφερα είμαστε αληθινοί και ταγμένοι σε αυτό που κάνουμε. Η αγάπη για τη δουλειά σου σε κάνει πολλές φορές να ξεχωρίζεις.
 11. Θεωρώ πως είναι ένας κλάδος που ολοένα και θα αναπτύσσεται απλά υπάρχει μια πολύ λεπτή γραμμή από ένα σημείο και μετά που αν την περάσει θα επέλθει κορεσμός. Εμείς σαν Aftermath ελπίζουμε να παραμείνουμε το συνώνυμο των συλλεκτικών υποδημάτων στην Ελλάδα.

Nikcthekickz

1. Όλα ξεκίνησαν γιατί από παιδική ηλικία που συγκέντρωνα αθλητικά υποδήματα και αποφάσισα να βγάλω χρήματα παράλληλα με την κανονική μου δουλειά.
2. Συνήθως μέσω φυσικών καταστημάτων.
3. Η τιμή καθορίζεται κυρίως από την ζήτηση όσο μεγαλύτερη η ζήτηση σιγουρά θα αυξήσω την τιμή ανάλογα.
4. Ζητάω απόδειξη αγοράς ώστε να είμαι σίγουρος ότι είναι γνήσιο.
5. Έπρεπε να καταλάβω τι αρέσει στο μεγαλύτερο ποσοστό του κόσμου , ώστε να προσαρμόσω ανάλογα τι θα αγοράσω για μπορέσω να πουλήσω με το μεγαλύτερο δυνατό κέρδος.

6. Το να βλέπω τους πελάτες μου χαρούμενους όταν βρήκα γι αυτούς κάτι που τους αρέσει είναι το πιο σημαντικό επίτευγμα για εμένα. Αξιοσημείωτη πώληση που έχω κάνει είναι Jordan 4 military black στα 470 ευρώ.
7. Δουλεύω χρόνια στον κλάδο του τουρισμού πράγμα το οποίο με έχει βοηθήσει αρκετά στην εξυπηρέτησή με πάνω από πάνω από 400 θετικές κριτικές, χειρίζομαι την πώληση ενός υποδήματος όπως θα χειριζόμουν ένα πελάτη σε ξενοδοχείο.
8. Είμαι σε ομάδα που σε δέχονται με πληρωμή(Cook group) , αλλά ενημερώνομαι εξίσου καλά μέσω σελίδων στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης.
9. Πρέπει να είσαι προετοιμασμένος για όλα τα ενδεχόμενα κάτι το οποίο θεωρείται σπάνιο σήμερα αύριο μπορεί να μην είναι, για να χάσω τα όσο το δυνατό λιγότερα χρήματα παρακολουθώ συνέχεια τις τάσεις της αγοράς και με την βοήθεια του διαδικτύου αγοράζω ότι έχει ζήτηση την συγκεκριμένη περίοδο.
10. Πουλάω αθλητικά υποδήματα κυρίως από την αγάπη μου για αυτά και όχι τόσο για το κέρδος , με ξεχωρίζει κυρίως ότι δεν είμαι μόνο πωλητής αλλά αγοράζω και για εμένα, θα με επιλέξει κάποιος γιατί ξέρει ότι αυτό που πουλάω πρώτα θα το φορούσα εγώ.
11. Όσο μπαίνουν νέα άτομα στην μεταπώληση μπορεί να αυξάνεται η προσφορά αλλά αν δεν αγαπούν τα αθλητικά υποδήματα και το κάνουν μόνο για το κέρδος πιθανότατα σε πέντε χρόνια από σήμερα θα υπάρχουν ελάχιστοι που θα ασχολούνται και ο κόσμος θα σταματήσει τα αγοράζει μεταπώληση.

Sole meister

1. Δούλευα ως πωλητής σε κατάστημα υποδημάτων ένας πελάτης μου είπε για την μεταπώληση υποδημάτων και το πιθανό κέρδος μέσα από αυτό. Μέσω YouTube είδα ένα βίντεο, μπήκα στην διαδικασία να δω μάθω περισσότερα και έτσι ξεκίνησα.
2. Μέσω κληρώσεων από τις ίδιες τις εταιρείες υποδημάτων(Nike Adidas κτλ.) είτε σε κυκλοφορίες φυσικών καταστημάτων.
3. Μέσα από διάφορες πλατφόρμες πχ StockX οπού σύμφωνα με το πλήθος της κυκλοφορίας σπανιότητα κτλ. δίνουν μια τιμή καθορίζω και εγώ αντίστοιχα την τιμή.
4. Πρώτον αγοράζουμε μόνο από εξουσιοδοτημένα καταστήματα ή επίσημα καταστήματα και δεύτερον αν αγοράζουμε από άλλους μεταπωλητές που είναι στο κύκλο μας και γνωρίζουμε ότι είναι έμπιστοι.

5. Η εμπιστοσύνη στο πρόσωπο μας από τους πελάτες ήταν πρωταρχικό εμπόδιο. Μέσα από κληρώσεις σε συνεργασία με influencer κερδίσαμε την εμπιστοσύνη τους και δε μας αλλάζουν εύκολα πλέον.
6. Έχουμε αρκετές αξιόλογες πωλήσεις στο ενεργητικό μας. Αν χρειαστεί να επιλέξω μια είναι το Jordan 4 military black στα 500 ευρώ.
7. Αρχικά άμεση απάντηση και γρήγορη εξυπηρέτηση, και πάντα ευγένεια θεωρώ είναι ο κατάλληλος συνδυασμός που ζητάει ο κάθε πελάτης.
8. Μέσω Ίντερνετ υπάρχουν πολλές πηγές όπως ιστοσελίδες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
9. Κατά την γνώμη μου ο μόνος τρόπος για να προσαρμόζεσαι σε τέτοιους είδους αλλαγές είναι με διαρκή ενημέρωση και διάθεση να πουλήσω ότι ζητάει ο κόσμος και όχι ότι μου αρέσει.
10. Η ευγένεια, η καλή εξυπηρέτηση και η επαγγελματικότητα είναι τα τρία βασικά πράγματα που με ξεχωρίζουν και επιλέγει ο κόσμος να συνεργαστεί μαζί μου.
11. Δεν νομίζω να υπάρχει τα επόμενα χρόνια λόγω ότι οι εταιρείες μετά την Covid εποχή παράγουν ξανά σε μεγάλες ποσότητες και τα υποδήματα χάνουν τη σιγά σιγά την μοναδικότητα τους αρά και την μεταπωλητική τους αξία.

Rabbit._plugg

1. Ξεκίνησα να ασχολούμαι με το τομέα της μεταπώλησης υποδημάτων όταν έψαχνα τρόπους για να βγάλω κάποια λεφτά έτσι ώστε να μπορώ να είμαι ποιο άνετος οικονομικά. Αρκετό καιρό πριν ξεκινήσω παρακολουθούσα πολλά άτομα που ασχολούνταν με αυτό το τομέα ώσπου πήρα την απόφαση να ξεκινήσω και εγώ.
2. Δεν ακολουθώ κάποια συγκεκριμένη διαδικασία, παρατηρώ την αγορά και τις νέες κυκλοφορίες. Αγοράζω ότι βλέπω ενδιαφέρον και με περιθώριο κέρδους.
3. Η αξία των υποδημάτων κρίνεται από την αγορά και από τους καταναλωτές. Ο κάθε μεταπωλητής ορίζει δικές του τιμές και κάνοντας μια απλή έρευνα αγοράς παρατηρώ τις τιμές άλλων μεταπωλητών και ανάλογα θέτω και τις δικές μου τιμές.
4. Το αν εάν ζευγάρι είναι αληθινό η ψεύτικο το κρίνω με κάποιες γνώσεις που έχω από διάφορα βίντεο και ιστοσελίδες που έχουν πέσει στην αντίληψη μου. Άλλες φορές αν

έχω αμφιβολία για κάποιο ζευγάρι μπαίνω σε κάποιες εφαρμογές που είναι επί πληρωμή και χρησιμοποιούνται για αυτό το σκοπό.

5. Δεν μπορώ ότι είχα προκλήσεις πριν ξεκινήσω, παρακολουθούσα το τι φοριέται και έτσι ήξερα τι θα αγοράσω για να πουλήσει. Η μόνη πρόκληση είναι το να διαχειρίζομαι την κατάσταση με τους αγοραστές όταν δεν παραλαμβάνουν το δέμα τους.
6. Πουλάω κυρίως ρουχισμό και λιγότερο υποδήματα. Αν πρέπει να επιλέξω μια σίγουρα είναι το Jordan 3 white cement reimagined στα 270 ευρώ.
7. Το μόνο πράγμα που χρειάζεται για να έχεις καλό όνομα είναι να διαχειρίζεσαι τις καταστάσεις με ηρεμία. Αν κάποιος δεν πάει να παραλάβει το δέμα του δεν θα πρέπει να του μιλήσεις άσχημα διότι μετά θα πάει σε γνωστούς του και θα χάσεις τους μελλοντικούς πελάτες σου(γνωστοί του ατόμου που δεν πήρε το δέμα).
8. Η ενημέρωσή μου για νέες κυκλοφορίες γίνεται μέσω εφαρμογών και διάφορων λογαριασμών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
9. Δεν είναι κάτι δύσκολο η προσαρμογή μιας και απλώς η δουλειά μου είναι να πουλάω και όχι να δένομαι με το κάθε στυλ που πουλάει.
10. Ο κάθε μεταπωλητής είναι διαφορετικός. Ο τρόπος που μιλάει(ευγένεια αμεσότητα κτλ.) ,τα προϊόντα που φέρνει και το πόσο συχνά φέρνει. Εμένα θα με διαλέξει κάποιος διότι φέρνω καινούργια προϊόντα σχεδόν κάθε εβδομάδα και δεν περιορίζομαι μόνο στα υποδήματα αλλά και στα ρούχα και στα αξεσουάρ. Ακόμα μόλις παραλάβει την παραγγελία του θα δει ότι είναι πολύ προσεγμένο το πακέτο και δεν θα του έρθει με κάποιο λάθος.
11. Το μέλλον της μεταπώλησης στην Ελλάδα είναι αρκετά μεγάλο μιας και όσο πάει αυξάνεται ο αριθμός των απασχολούμενων με το τομέα της μεταπώλησης. Σε 5 χρόνια πιστεύω θα ασχολούμαι ακόμα με την μεταπώληση, από την στιγμή που μου αρέσει και μου αποφέρει κέρδος γιατί όχι να έχω το δικό μου φυσικό κατάστημα.

Flower Kickz

1. Σε πολύ μικρή ηλικία, δέκα τριών ετών(δέκα οκτώ σήμερα), έψαχνα μέσω του διαδικτύου να αγοράσω ρούχα της αγαπημένης μου μάρκας. Ζήτησα 800 ευρώ από τον Παππού μου να αγοράσω έναν υπολογιστή και ξεκίνησα στην αρχή να πουλάω

ρούχα. Πούλησα ένα ζευγάρι σπάνια υποδήματα είδα ότι κέρδος εκεί είναι μεγαλύτερο και έτσι ασχολήθηκα με τα υποδήματα κυρίως.

2. Πλέον δεν μπαίνω στο κόπο να τα προλάβω. Τα αγοράζω ήδη όταν έχουν πιάσει την μεταπωλητή τους αξία από άλλους μεταπωλητές και να το κάνω μεταπώληση πιο ακριβά. Ασχολούμαι κυρίως με υποδήματα που αξίζουν πάνω από δέκα χιλιάδες ευρώ.
3. Η αξία καθορίζεται κυρίως από την ποσότητα που κυκλοφορούν τα υποδήματα όσο λιγότερα κυκλοφορούν τόσο ακριβότερα είναι. Επίσης η αξία εκτοξεύεται αν κάποιος αθλητής το έχει φορέσει η το έχει υπογράψει.
4. Είναι θέμα γνωριμιών εμπιστεύεσαι από αυτούς που ψωνίζεις αλλά κυρίως υπάρχουν λεπτομέρειες μέσα στο υποδήματα (κάτω από την σόλα οι ραφές). Επίσης υπάρχουν εφαρμογές που μπορούν να σου πιστοποιήσουν αν ένα υπόδημα είναι γνήσιο.
5. Μου πήρε σίγουρα πάνω από 1 χρόνο για να μεγαλώσω ελάχιστα την συλλογή μου με λίγο πιο «δυνατά» ζευγάρια. Έβγαζα χρήματα από κάθε πώληση που έκανα, ανεξάρτητα από το ποσό που πουλούσα.
6. Η πιο αξιοσημείωτη πώληση που έχω κάνει είναι ένα ζευγάρι Jordan Travis Scott . Τα αγόρασα τριάντα πέντε χιλιάδες ευρώ τα πούλησα εξήντα χιλιάδες ευρώ.
7. Κυρίως ασχολούμαι με αγοραστές του εξωτερικού. Αγοράζω ένα ζευγάρι γι αυτούς έρχεται σε εμένα το ελέγχο και τους το στέλνω αν δεν πληροί τις προδιαγραφές που θέλει ο πελάτης αγοράζουμε άλλο ζευγάρι και το στέλνουμε εκ νέου. Δυστυχώς, δεν υπάρχει μεγάλη αγοραστική δύναμη για τα πιο σπάνια ζευγάρια στην χώρα μας ωστόσο έχουμε φυσικό κατάστημα στην Ρόδο και στην Αθήνα που εξυπηρετούμε καθημερινά αρκετούς πελάτες με χαμόγελο ποικιλία και αν ψάχνουν κάτι μπορούμε εμείς να το βρούμε για εκείνους.
8. Μου αρέσουν πολύ τα cook groups, διότι μέσα από αυτά μπορείς να μάθεις πληροφορίες για ακυκλοφόρητα υποδήματα, μέχρι το πώς μπορείς να πάρεις κάτι για αρχική τιμή, μέχρι το πόσο μεταπωλητική αξία θα έχει ένα παπούτσι και γενικά έχει πάρα μα πάρα πολλές πληροφορίες τις οποίες μπορεί να μην ξέρεις που να τις βρεις και από που να τις μάθεις...και πολύ σύντομα θα έχω το δικό μου cook group που θα σου δίνει πολλές επιλογές για το τι να κάνεις και γενικά θα είναι εμπλουτισμένο με πολλά πράγματα τα οποία θα ανακοινώσω μέσα από το instagram μου.

9. Οι τάσεις έρχονται κυρίως από το εξωτερικό. Μέσα από συνεχή ενημέρωση και γνωριμίες στον χώρο καταφέρνουμε και προσαρμοζόμαστε χωρίς να έχουμε ιδιαίτερο πρόβλημα.
10. Αυτό που κάνω είναι μέσω του διαδικτύου να βρίσκω ακριβά υποδήματα και στη συνέχεια τα μεταπωλώ σε συλλέκτες που τα ψάχνουν, σε υψηλότερες τιμές.. Εκτός αυτού μέσα από τα φυσικά μου καταστήματα πλέον μπορεί κάποιος να αγοράσει συλλεκτικά υποδήματα που δεν μπορεί να βρει στην αγορά πράγμα που με ξεχωρίζει από άλλους.
11. Τα συλλεκτικά αθλητικά υποδήματα έχουν τεράστια αγοραστική αξία. Όχι μόνο δεν χάνουν την αρχική τιμή τους αλλά η αξία τους αυξάνεται. Πρόκειται πλέον για μια παγκόσμια αγορά. Τα επόμενα πέντε χρόνια πιστεύω θα υπάρχουν αρκετά καταστήματα μεταπώλησης στην Ελλάδα. Θα γίνονται εκθέσεις όπως γίνονται στο εξωτερικό που μπορεί κάποιος να αγοράσει και να πουλήσει συλλεκτικά αθλητικά υποδήματα. Για εμένα δεν μπορώ να μιλήσω ακόμα, γιατί είμαι ένας άνθρωπος που δεν ανακοινώνω κάτι αν δεν είναι 100% έτοιμο...απλά να ξέρετε ότι δεν έχετε δει ούτε το 20% της δουλειάς μου.

Παρακάτω ακολουθούν απαντήσεις που δόθηκαν από άτομα που θέλουν να κρατήσουν την ανωνυμία τους.

1.

1. Ξεκίνησα μέσω ιντερνέτ για ένα μικρό καθημερινό εισόδημα πέρα από την βασική μου απασχόληση.
2. Κυρίως μέσα από τις επίσημες ιστοσελίδες των εταιρειών υποδημάτων, έπειτα σε συμμετοχή στις κληρώσεις που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου.
3. Συνήθως παίζει ρόλο αν είναι συνεργασία με κάποιον διάσημο πχ Travis Scott ύστερα η ποσότητα που θα κυκλοφορήσει τέλος πόσα χρόνια έχει να κυκλοφορήσει.
4. Υπάρχουν ειδικές εφαρμογές στέλνεις φωτογραφίες και σου στέλνουν αποδεικτικό γνησιότητας. ζητάμε απόδειξη αγοράς αν αγοράσουμε από άλλο μεταπωλητή.
5. Υπάρχουν απατεώνες στον χώρο. Πληρώνεις και αντί για υποδήματα σου στέλνουν κάτι άλλο και σου κλέβουν τα λεφτά. Σε αυτήν την περίπτωση οφείλεις να είσαι προσεκτικός και να αγοράζεις μόνο από έμπιστους πωλητές.

6. Υπάρχουν φυσικά, αυτή που μπορώ να ξεχωρίσω είναι ένα ζευγάρι Jordan 4 fire red στα 420 ευρώ.
7. Πάντα πρέπει να είσαι θετικός, ομιλητικός και να μπορείς να διαφημίσεις καλά το προϊόν που πουλάς.
8. Κυρίως από εφαρμογές μέσω ιντερνέτ.
9. Δεν έχω κάποια συγκεκριμένη τακτική. Ενημερώνομαι συνέχεια μέσω ιντερνέτ από γνωστές ιστοσελίδες για τις τάσεις τις αγορές.
10. Υπάρχουν άπειροι μεταπωλητές, ο καθένας διαλέγει αυτόν που πιστεύει ότι είναι πιο έμπιστος η από αυτόν που έχει αγοράσει και κάποιος φίλος του.
11. Το μέλλον της μεταπώλησης εξαρτάται από τα υποδήματα που θα κυκλοφορούν και πόσο σπάνια θα είναι με τον καιρό . Στα επόμενα 5 χρόνια θα ήθελα να ανοίξω δικό μου κατάστημα.

2.

1. Ξεκίνησα για έξτρα εισόδημα πέρα από την βασική μου εργασία, δεν είχα κάποια προηγούμενη εμπειρία στην μεταπώληση.
2. Χρησιμοποιώ προγράμματα που αγοράζουν αυτόματα για εμένα η μέσω κάποιων ομάδων που μπαίνεις επί πληρωμή.
3. Ενημερώνομαι μέσα από πλατφόρμες μεταπώλησης και ανάλογα αν πουλάω σε άλλο γνωστό μου μεταπωλητή η πελάτη. Στον πελάτη θα πουλήσω ακριβότερα.
4. Αν τα πάρω από ιδιώτη ζητώ βοήθεια από συνεργάτη που πληρώνω για να μου κάνει τον έλεγχο, έπειτα αν χρειαστεί μόνος μου μέσω βίντεο στο διαδίκτυο.
5. Αρχικά είχα μικρό αγοραστικό κοινό αλλά μέσω κάποιων κληρώσεων που έκανα έγινα γνωστός και πλέον έχω σταθερή πελατεία.
6. Δεν μπορώ να πω ότι έχω πληθώρα από αξιόλογες πωλήσεις με εξαίρεση ένα ζευγάρι Nike TN λευκό στα 210 ευρώ.
7. Κατά κύριο λόγο οι πελάτες έρχονται σε εμένα γιατί πουλάω κάτι που δεν μπορεί να βρει κάποιος εύκολα. Αυτό είναι από μόνο του μια μορφή εξυπηρέτησης.
8. Μέσω ομάδων που μπαίνεις επί πληρωμή και Instagram.
9. Με την ζήτηση την συγκεκριμένη περίοδο και τις τάσεις στο διαδίκτυο προσαρμόζομαι ανάλογα.

10. Έχω μια προσεγμένη σελίδα που αναφέρει αναλυτικά τις τιμές και τα προϊόντα κάτι που δεν συμβαίνει συχνά είναι πιο φιλικό για κάποιον δεν χρειάζεται να μου στείλει άσκοπα μηνύματα και με ξεχωρίζει από τους υπολοίπους μεταπωλητές.

11. –

3.

1. Έμαθα για την μεταπώληση από φίλους.
2. Συμμετοχή σε κληρώσεις, προγράμματα που αγοράζουν αυτόματα για εμένα, παρουσία σε επίσημα καταστήματα.
3. Κοιτώ τις τελευταίες πωλήσεις που έχει κάνει σε διάφορες πλατφόρμες.
4. Είτε μέσω Google είτε διαφόρων εφαρμογών πιστοποίησης.
5. Στην αρχή με άγχωνε πολύ το να μην αγοράσω κάτι το οποίο δεν είναι γνήσιο. Πλέον αγοράζω μόνο από έμπιστους μεταπωλητές αφού κάνω και εγώ τον έλεγχο μου.
6. Adidas yeezy 350 Turtle Dove x2 = 1.200€ το καθένα, ξεχωρίζει επειδή τα έδωσα πριν φύγει η δημοσιότητα που είχαν εκείνη την περίοδο.
7. Πάντα είμαι ευγενικός παρά την συμπεριφορά του αγοραστή, πάντα στέλνω μέσα στο χρονικό διάστημα που τους λέω (εκτός απροόπτου).
8. Από λίστες που υπάρχουν στο διαδίκτυο και σε ομάδες που μπαίνεις από πληρωμή.
9. Κάνω υπομονή, αν δω ότι κάτι δεν κουνιέται με τίποτα, τότε το δίνω υποχρεωτικά σε χαμηλότερη τιμή για να κάνω επένδυση.
10. Μπορούν να με εμπιστευτούν πολύ εύκολα οι περισσότεροι καθώς πάντα παρέχω όλα τα απαραίτητα αποδεικτικά γνησιότητας και όσες φωτογραφίες μου ζητήσει ο αγοραστής.
11. Θα ανέβει και άλλο η ζήτηση αλλά θα μειωθεί το κέρδος λόγω της αύξησης των μεταπωλητών .εμένα με βλέπω στην ίδια κατάσταση δεν θεωρώ πως χρειάζομαι κάποια εξέλιξη είμαι καλά με αυτό που κάνω και δεν αγχώνομαι για το αν θα πουληθεί κάτι η όχι.

4.

1. Γνώριζα για την μεταπώληση και είχα αγάπη για τα υποδήματα οπότε το 2020 ασχολήθηκα ενεργά.

2. Συμμετοχή σε κληρώσεις, προγράμματα που αγοράζουν αυτόματα για εμένα, παρουσία σε επίσημα καταστήματα, ιστοσελίδες εταιρειών υποδημάτων.
3. Τιμή σε πλατφόρμες μεταπώλησης, έξοδα για την απόκτηση του ζευγαριού και ζήτηση.
4. Δεν αγοράζω από μη πιστοποιημένα καταστήματα.
5. Η μεγαλύτερη πρόκληση είναι η ίδια η πώληση λόγω του ανταγωνισμού που υπάρχει άτομα που πουλάνε σε χαμηλές τιμές.
6. Μια πρόσφατη κιόλας το Jodan 2 A la maniere στα 270 ευρώ. Με ένα πελάτη τον οποίο μετά την πώληση κρατήσαμε επαφές και έχουμε γίνει καλοί φίλοι.
7. Πάντα κρατάω θετική και ουδέτερη στάση ότι και να μου πει ο άλλος προσπαθώ να μην τον προσβάλλω και να κρατάω έναν επαγγελματικό χαρακτήρα.
8. Instagram κυρίως.
9. Επειδή δεν έχω δική μου σελίδα και πουλάω κυρίως σε γνωστούς δεν χρειάζεται να προσαρμόζομαι γιατί βρισκω κάτι που μου ζητάνε την συγκεκριμένη περίοδο.
10. Δεν έχω κάποια σελίδα πουλάω μόνο σε γνωστούς και αγγελίες διότι θέλω να κρατάω την κουλτούρα των αθλητικών υποδημάτων όσο πιο πολύ γίνεται και να μην την κάνω τόσο δουλειά γιατί χάνει το νόημα της.
11. Σίγουρα η αγορά δεν θα είναι ίδια, αλλάζει από μέρα σε μέρα. Αυτό που είναι σίγουρο είναι πως τα σπάνια συλλεκτικά αθλητικά υποδήματα δεν θα πέσουν ποτέ.

5.

1. Ξεκίνησα με την αγορά ενός ζευγαριού Ralph Simons που είχα αγοράσει σε ταξίδι μου στην Ιταλία.
2. Συμμετοχή σε διαδικτυακές κληρώσεις ή πηγαίνοντας σε καταστήματα επίσημων μεταπωλητών η εταιρειών.
3. Τιμές σε πλατφόρμες μεταπώλησης ή συγκρίνοντας τιμές από άλλους μεταπωλητές.
4. Απόδειξη αγοράς, εμπειρικά, εφαρμογές που ελέγχουν και παρέχουν πιστοποιητικό γνησιότητας.
5. Δεν υπήρξε κάποια ιδιαίτερη πρόκληση απλά έκανα και κάνω αυτό που μου αρέσει.
6. Οι πρώτες δυο πωλήσεις που έκανα που συν έπεσαν μαζί με τα αποτελέσματα των πανελληνίων.
7. Εξυπηρετώ τον πελάτη όπως θα ήθελα να εξυπηρετούν εμένα.

8. Βίντεο στο YouTube και λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που ενημερώνουν συστηματικά για κυκλοφορίες και τάσεις της αγοράς.
9. Είναι εύκολο να προσαρμόσεις το τι θα πουλάς με βάση την μόδα, είναι δύσκολο να το ταιριάξεις με την προσωπικότητα σου.
10. Θεωρώ πως μπορώ να κάνω τον πελάτη να νιώσει εμπιστοσύνη.
11. Δεν το γνωρίζω σίγουρα αυτή η φάση κάποια στιγμή θα σταματήσει, θα συνεχίσω να το κάνω σαν χόμπι γιατί μου αρέσει και αγαπώ τα υποδήματα . Σε 5 χρόνια βλέπω τον εαυτό μου να εργάζεται εκεί που επιθυμώ τώρα και ταυτόχρονα θα συνδυάζω ως μεταπωλητής.

6.

1. Μου αρέσουν αρκετά τα αθλητικά υποδήματα, είμαι συλλέκτης και έτσι ξεκίνησα.
2. Αγορά μέσω επίσημων μεταπωλητών και επίσημα καταστήματα εταιρειών.
3. Καθαρά προσφορά και ζήτηση καθώς και διαθεσιμότητα στην αγορά.
4. Έχω τις απαραίτητες γνώσεις και μπορώ να ελέγχω την γνησιότητα τους μόνος μου.
5. Δεν αντιμετώπισα κάποια ιδιαίτερη πρόκληση λόγω ότι η αγάπη μου για τα αθλητικά υποδήματα είναι μεγάλη και ήμουν ήδη συλλέκτης γνωστός στον χώρο.
6. Ως συλλέκτης έχω στην κατοχή μου αρκετά παλιά ζευγάρια. Μια αξιόλογη πώληση που έχω κανείς είναι τα Nike up tempo 96 USA στα 350 ευρώ.
7. Ευγένεια και ευελιξία.
8. Ενημερώνομαι κυρίως από το διαδίκτυο και συγκεκριμένα Instagram.
9. Επειδή είμαι πρώτα συλλέκτης και μετά μεταπωλητής είναι εύκολο για εμένα να προσαρμόζομαι στις τάσεις αφού γνωρίζω τι μπορεί να φέρει κέρδος.
10. Δεν υπάρχουν πολλές διαφορές εκτός από τι έχει ο καθένας και την τιμή που ορίζει.
11. Ως συλλέκτης μπορώ να δω τον εαυτό μου να έχω μεγαλώσει την συλλογή μου και να έχω συμπληρώσει αρκετά ζευγάρια που μου λείπουν. Ότι αφορά την μεταπώληση στην Ελλάδα θεωρώ θα ανοίξουν καταστήματα μεταπώλησης οπού θα μπορούμε να αγοράζουμε συλλεκτικά αθλητικά υποδήματα.

7.

1. Ξεκίνησα μέσω Instagram και αγορές σε πρατήρια επίσημων εταιρειών δεν είχα καμία προηγούμενη εμπειρία στην μεταπώληση.

2. Χρησιμοποιώ πλατφόρμες μεταπώλησης και αγορές σε καταστήματα.
3. Μελετώ τις τιμές που υπάρχουν στις πλατφόρμες μεταπώλησης τις προσαρμόζω ανάλογα.
4. Εφαρμογές πιστοποίησης αλλά και πλατφόρμες μεταπώλησης που μπορείς να στείλεις το ζευγάρι σου για πιστοποίηση.
5. Στην αρχή μου ήταν δύσκολο να ξεχωρίσω τις απομιμήσεις και να ανταγωνιστώ άτομα που πούλαγαν σε χαμηλές τιμές.
6. Έχω πουλήσει το Jordan 1 Chicago reimagined στα 395 ευρώ, πώληση που αποτελεί πιο αξιόλογη μου.
7. Κοινοποιώ φωτογραφίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πιστοποιώ ότι όλα πήγαν καλά με την παραλαβή του δέματος και ότι το προϊόν όπως το περιμέναμεν.
8. Συνήθως από τις πλατφόρμες μεταπώλησης οπού έχουν ημερολόγιο κυκλοφοριών και Instagram.
9. Ασχολούμαι κυρίως με μεταχειρισμένα υποδήματα οπότε η προσαρμογή είναι εύκολη λόγω ότι απευθύνομαι σε συλλέκτες.
10. Με ξεχωρίζει ότι δεν δραστηριοποιούμαι μόνο στην Ελλάδα αλλά και στη Αμερική οπού είναι μια τεράστια αγορά οπότε μπορώ να βρω κάτι και να το φέρω από Αμερική.
11. Θεωρώ ότι τα επόμενα χρόνια η αγορά θα φθίνει. Απομιμήσεις, κορεσμός αλλά και οικονομική κρίση λόγω Covid-19 θα επηρεάσει την δυνατότητα των ανθρώπων να ξοδεύουν χρήματα για τέτοιους είδους δραστηριότητες.

Κεφάλαιο 4 Ανάλυση των δεδομένων.

4.1 Απαντήσεις.

Επίσης το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε με γνώμονα τους παρακάτω θεματικούς άξονες που θα χρησιμοποιηθούν στην ανάλυση δεδομένων για να δώσουν απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα που έχουμε θέσει στο κεφάλαιο 1 και αναδεικνύονται οι εμπειρίες και οι πρακτικές των συμμετεχόντων στη μεταπώληση συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων:

Αρχικά κίνητρα: Κατανόηση του αρχικού κινήτρου πίσω από το να γίνει κάποιος μεταπωλητής, όπως το πάθος για τα αθλητικά υποδήματα, η συλλογή ή το προσωπικό ενδιαφέρον.

Στρατηγικές προμήθειας: Διερεύνηση των μεθόδων και των καναλιών που χρησιμοποιούν οι μεταπωλητές για την προμήθεια αθλητικών υποδημάτων, συμπεριλαμβανομένης της αγοράς από καταστήματα λιανικής πώλησης, της συμμετοχής σε κληρώσεις, της χρήσης πλατφορμών μεταπώλησης ή της συνεργασίας με επίσημους διανομείς.

Τιμολόγηση και καθορισμός της αξίας: Εξέταση των παραγόντων που λαμβάνονται υπόψη κατά τον προσδιορισμό της τιμής των αθλητικών υποδημάτων, όπως η ζήτηση στην αγορά, ο ανταγωνισμός, η σπανιότητα και η σύγκριση τιμών σε διαφορετικές πλατφόρμες ή πωλητές.

Επαλήθευση αυθεντικότητας: Αντιμετώπιση των μέτρων που λαμβάνουν οι μεταπωλητές για να διασφαλίσουν τη γνησιότητα των αθλητικών υποδημάτων που πωλούν, συμπεριλαμβανομένης της στήριξης σε εφαρμογές πιστοποίησης, υπηρεσίες πιστοποίησης που παρέχονται από πλατφόρμες ή προσωπική γνώση και εμπειρογνωμοσύνη.

Προκλήσεις που αντιμετωπίζονται: Προσδιορισμός των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν οι μεταπωλητές, όπως ο ανταγωνισμός από πωλητές με χαμηλές τιμές, ο εντοπισμός αντιγράφων, η οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τους πελάτες ή η παρακολούθηση των τάσεων της αγοράς.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Ανάδειξη σημαντικών ή αξιομνημόνευτων εμπειριών πωλήσεων, όπως η πώληση σπάνιων ή περιζήτητων αθλητικών υποδημάτων σε υψηλές τιμές ή η δημιουργία μακροχρόνιων σχέσεων με πελάτες.

Εξυπηρέτηση πελατών και προσέγγιση: Διερεύνηση της προσέγγισης των μεταπωλητών στην εξυπηρέτηση πελατών, συμπεριλαμβανομένης της επικοινωνίας, του επαγγελματισμού, της οικοδόμησης εμπιστοσύνης και της διατήρησης θετικής και σεβαστής στάσης απέναντι στους πελάτες.

Πηγές πληροφοριών: Προσδιορισμός των πηγών που χρησιμοποιούν οι μεταπωλητές για να παραμένουν ενήμεροι σχετικά με τις κυκλοφορίες αθλητικών υποδημάτων, τις τάσεις της αγοράς και τα νέα του κλάδου, όπως πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης, πλατφόρμες μεταπώλησης, επίσημα κανάλια διανομής ή προσωπικά δίκτυα.

Προσαρμογή και τάσεις της αγοράς: Συζήτηση για την ικανότητα των μεταπωλητών να προσαρμόζονται στις τάσεις της αγοράς, ευθυγραμμίζοντας τις προσφορές τους με τις τρέχουσες προτιμήσεις της μόδας ή των συλλεκτών και προσαρμόζοντας ανάλογα τις στρατηγικές προμήθειας και τιμολόγησης.

Διαφοροποίηση και ανταγωνισμός: Εξέταση των μοναδικών πτυχών ή στρατηγικών που χρησιμοποιούν οι μεταπωλητές για να διαφοροποιηθούν σε μια ανταγωνιστική αγορά, όπως η στόχευση σε συγκεκριμένα τμήματα πελατών, η προμήθεια από διεθνείς αγορές ή η εστίαση σε συγκεκριμένες κατηγορίες ή μάρκες αθλητικών υποδημάτων.

Μελλοντικές προοπτικές: Εικασίες σχετικά με τις προοπτικές των μεταπωλητών όσον αφορά το μέλλον της αγοράς μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως ο κορεσμός της αγοράς, η άνοδος των αντιγράφων, οι αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών ή οι πιθανές οικονομικές επιπτώσεις.

PlugLfe

Ιστορικό και εμπειρία: Αρχικά, ο μεταπωλητής ξεκίνησε μια προσωπική αναζήτηση για να βρει ένα ζευγάρι αθλητικά υποδήματα Jordan 1 mid. Μη μπορώντας να τα εντοπίσει πουθενά, η περιέργεια τους οδήγησε να ερευνήσουν τη σπανιότητα. Ανακάλυψαν την αξία μεταπώλησης και, βρίσκοντας τελικά τα αθλητικά υποδήματα για τον εαυτό τους, σύντομα άρχισαν να λαμβάνουν αιτήματα από φίλους. Αναγνωρίζοντας τις δυνατότητες, δημιούργησαν τη δική τους σελίδα, κάνοντας τη μεταπώληση την κύρια ασχολία τους.

Απόκτηση αθλητικών υποδημάτων: Συνεχώς σε αναζήτηση, ο μεταπωλητής συμμετέχει ενεργά σε κληρώσεις εταιρειών υποδημάτων και εξερευνά με συνέπεια τα ευρωπαϊκά καταστήματα, αναζητώντας διαθέσιμα αθλητικά υποδήματα με αξία μεταπώλησης.

Καθορισμός τιμών και αξίας: Ο μεταπωλητής λαμβάνει υπόψη του την παγκόσμια αγορά και βασίζεται σε πλατφόρμες όπως το StockX για να διαπιστώσει την αξία κάθε ζευγαριού. Λαμβάνει επίσης υπόψη την αισθητική των αθλητικών υποδημάτων και την τιμολόγηση που προσφέρουν οι ανταγωνιστές για τα ίδια μοντέλα.

Επαλήθευση της αυθεντικότητας: Για να διασφαλίσει τη γνησιότητα των αθλητικών υποδημάτων, ο μεταπωλητής χρησιμοποιεί εφαρμογές πιστοποίησης και συμμετέχει ενεργά σε ομάδες μέσων κοινωνικής δικτύωσης που ειδικεύονται στον έλεγχο γνησιότητας.

Προκλήσεις και αντιμετώπιση των εμποδίων: Αρχικά, ο μεταπωλητής αντιμετώπισε την πρόκληση της εδραίωσης της προβολής και της αύξησης της εμβέλειας της σελίδας του. Ωστόσο, ξεπέρασε με επιτυχία αυτό το εμπόδιο, πραγματοποιώντας στρατηγικά δώρα σε δημοφιλείς πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, εκμεταλλευόμενος την αγάπη των ανθρώπων για τα δωρεάν αντικείμενα.

Αξιοσημείωτες ή μοναδικές πωλήσεις: Μια αξιοσημείωτη εμπειρία για τον μεταπωλητή ήταν η ικανοποίηση που αποκόμισε από το να χαρίζει πολύτιμα αθλητικά υποδήματα ως δώρα, ιδίως σε άτομα που τα επιθυμούσαν αλλά δεν είχαν τα οικονομικά μέσα για να αγοράσουν τόσο ακριβά ζευγάρια.

Εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση σχέσεων: Ο μεταπωλητής δίνει έμφαση στη διατήρηση θετικών σχέσεων με πελάτες όλων των ηλικιών. Ακόμη και σε αρνητικές αλληλεπιδράσεις, απαντά με ευγνωμοσύνη και εύχεται στο άτομο καλή τύχη, διαλύοντας αποτελεσματικά κάθε ένταση.

Διατήρηση της ενημέρωσης και των τάσεων της αγοράς: Ο μεταπωλητής παραμένει ενήμερος για τις επερχόμενες κυκλοφορίες αθλητικών υποδημάτων παρακολουθώντας ιστολόγια και άλλες διαδικτυακές πηγές που είναι αφιερωμένες στην αναφορά τέτοιων τάσεων.

Προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς: Αναγνωρίζοντας τη σημασία του να συμβαδίζει κανείς με τις τάσεις της αγοράς, ο μεταπωλητής διασφαλίζει ότι είναι πάντα ευθυγραμμισμένος με τις τελευταίες προτιμήσεις, ενώ παράλληλα εισάγει την προσωπική του πινελιά στη διαδικασία επιλογής.

Μοναδική πρόταση πώλησης: Αυτό που κάνει τον μεταπωλητή να ξεχωρίζει από τους άλλους στον κλάδο είναι η αφοσίωσή του στην εξαιρετική εξυπηρέτηση των πελατών και η δέσμευσή του να διασφαλίζει την ικανοποίηση του πελάτη καθ' όλη τη διάρκεια της συναλλαγής.

Μελλοντικές προοπτικές και φιλοδοξίες: Ο μεταπωλητής προβλέπει ότι η αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων θα συνεχίσει να ευδοκimeί όσο κυκλοφορούν μοναδικά και ξεχωριστά αθλητικά υποδήματα. Σύμφωνα με τις φιλοδοξίες τους, οραματίζονται τη δημιουργία του δικού τους φυσικού καταστήματος μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια.

The ThetaHub

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής της The ThetaHub έχει μια συναρπαστική ιστορία πίσω από την είσοδό του στην αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Όλα ξεκίνησαν με το βαθύ πάθος τους για τα υποδήματα, ιδίως τα αθλητικά υποδήματα. Αυτός ο ενθουσιασμός τους ώθησε να διερευνήσουν τις ευκαιρίες στον κλάδο. Αναγνωρίζουν την ύπαρξη σημαντικού ανταγωνισμού, τον οποίο αντιλαμβάνονται ως αναζωογονητική πρόκληση. Παρά το ανταγωνιστικό τοπίο, τους προσέλκυσε η γοητεία της αγοράς και την αγκάλιασαν ως την κύρια μορφή απασχόλησής τους.

Απόκτηση αθλητικών υποδημάτων: Στην προσπάθειά τους να προμηθεύονται επιθυμητά αθλητικά υποδήματα για μεταπώληση, ο μεταπωλητής έχει αναπτύξει μια προληπτική προσέγγιση. Συμμετέχουν ενεργά σε κληρώσεις που διοργανώνονται από εταιρείες υποδημάτων, επιτρέποντάς τους να αποκτήσουν πρόσβαση σε κυκλοφορίες περιορισμένων εκδόσεων και περιζήτητα μοντέλα. Επιπλέον, διατηρούν μια συνεχή αναζήτηση για ευρωπαϊκά καταστήματα που ενδέχεται να διαθέτουν αθλητικά υποδήματα με σημαντική αξία μεταπώλησης. Η αδιάκοπη επιδίωξή τους διασφαλίζει ότι είναι σε καλή θέση να αποκτούν τα πιο περιζήτητα αθλητικά υποδήματα της αγοράς.

Καθορισμός τιμών και αξίας: Ο μεταπωλητής κατανοεί τη σημασία της ακριβούς τιμολόγησης των εμπορευμάτων του για τη μεγιστοποίηση της κερδοφορίας. Πλοηγούνται στον περίπλοκο κόσμο της τιμολόγησης αναλύοντας προσεκτικά τις παγκόσμιες τάσεις της αγοράς. Αυτό τους βοηθά να εκτιμήσουν την αξία κάθε ζευγαριού, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως η ζήτηση, η σπανιότητα και η δυναμική της αγοράς. Πλατφόρμες όπως το StockX παίζουν καθοριστικό ρόλο στη στρατηγική τιμολόγησης τους, παρέχοντας πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με την τρέχουσα αγοραία αξία συγκεκριμένων αθλητικών υποδημάτων. Επιπλέον, παραμένουν ενήμεροι για τις τιμές που προσφέρουν οι ανταγωνιστές τους, επιτρέποντάς τους να προσαρμόζουν ανάλογα τις δικές τους στρατηγικές τιμολόγησης.

Επαλήθευση αυθεντικότητας: Η διατήρηση της εμπιστοσύνης και η διασφάλιση της αυθεντικότητας των αθλητικών υποδημάτων που πωλούν είναι υψίστης σημασίας για τους μεταπωλητές. Για να το επιτύχουν αυτό, βασίζονται σε εφαρμογές πιστοποίησης και συμμετέχουν ενεργά σε ομάδες κοινωνικών μέσων ενημέρωσης που ειδικεύονται στην αυθεντικοποίηση αθλητικών υποδημάτων. Αυτή η αυστηρή διαδικασία επαλήθευσης

συμβάλλει στην εγγύηση ότι κάθε ζευγάρι που προσφέρουν είναι γνήσιο, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη της πελατειακής τους βάσης.

Προκλήσεις και υπέρβαση των εμποδίων: Ο μεταπωλητής αναγνωρίζει τις αρχικές προκλήσεις που αντιμετώπισε, ιδίως όσον αφορά την καθιέρωση της προβολής της μάρκας του και την επέκταση της εμβέλειας των πελατών του. Ωστόσο, αντιμετώπισαν αυτά τα εμπόδια με ανθεκτικότητα και δημιουργικότητα. Πραγματοποιώντας στρατηγικά δώρα σε δημοφιλείς πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, προσέλκυσαν με επιτυχία την προσοχή και δημιούργησαν buzz γύρω από το εμπορικό σήμα τους. Αξιοποιώντας τον ενθουσιασμό των ανθρώπων για δωρεάν αντικείμενα, κατάφεραν να ξεπεράσουν τα αρχικά εμπόδια και να κερδίσουν έδαφος στην αγορά.

Αξιοσημείωτες ή μοναδικές πωλήσεις: Κατά τη διάρκεια της διαδρομής τους ως μεταπωλητής, ο ερωτώμενος έχει βιώσει αξιοσημείωτες πωλήσεις που άφησαν μόνιμη εντύπωση. Επισημαίνουν τις συνεργασίες με γνωστές μάρκες, όπως το Off-White x Nike Jordan 5 White και το A Ma Manière x Jordan 3, οι οποίες πέτυχαν σημαντικά νούμερα πωλήσεων 500 και 680 ευρώ αντίστοιχα. Αυτές οι μοναδικές πωλήσεις αποδεικνύουν την ικανότητά τους να εξασφαλίζουν αποκλειστικά και περιζήτητα sneakers, εδραιώνοντας περαιτέρω τη φήμη τους στην αγορά.

Εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση σχέσεων: Ο μεταπωλητής δίνει μεγάλη έμφαση στην παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών και στη διατήρηση θετικών σχέσεων με το πελατολόγιό του. Πιστεύουν στην υιοθέτηση μιας προσέγγισης χωρίς αποκλεισμούς και με σεβασμό, ασχολούμενοι με πελάτες όλων των ηλικιακών ομάδων. Στην αντιμετώπιση αρνητικών αλληλεπιδράσεων, ανταποκρίνονται με χάρη, εκφράζοντας ευγνωμοσύνη και προσφέροντας ευχές. Δίνοντας προτεραιότητα στην ικανοποίηση των πελατών και καλλιεργώντας θετικές σχέσεις, στοχεύουν να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους. Παραμένουν ενήμεροι και για τις τάσεις της αγοράς: Για να παραμείνει μπροστά από το παιχνίδι, ο μεταπωλητής παραμένει καλά ενημερωμένος για τις επερχόμενες κυκλοφορίες αθλητικών υποδημάτων και τις τάσεις της αγοράς. Παρακολουθούν ενεργά ιστολόγια και άλλες πηγές στο διαδίκτυο που είναι αφιερωμένες στην αναφορά των τελευταίων εξελίξεων στη βιομηχανία αθλητικών υποδημάτων. Αυτή η δέσμευση για συνεχή ενημέρωσή τους επιτρέπει να προβλέπουν τη ζήτηση της αγοράς, να εντοπίζουν τις αναδυόμενες τάσεις και να ευθυγραμμίζουν τα αποθέματά τους αναλόγως.

Προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς: Αναγνωρίζοντας τη δυναμική φύση της αγοράς, ο μεταπωλητής κατανοεί τη σημασία της προσαρμογής στις αλλαγές και τις εξελισσόμενες τάσεις. Παρακολουθούν προληπτικά τις αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών και προσαρμόζουν ανάλογα τις στρατηγικές προμήθειας και αποθεμάτων τους. Παραμένοντας ευέλικτοι και ανταποκρινόμενοι στις διακυμάνσεις της αγοράς, διασφαλίζουν ότι μπορούν να ανταποκρίνονται στις διαρκώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της πελατειακής τους βάσης.

Μοναδική πρόταση πώλησης: Ο μεταπωλητής πιστεύει ότι η μοναδική προσέγγισή του στην εξυπηρέτηση των πελατών τον διαφοροποιεί από τους άλλους παίκτες της αγοράς. Η δέσμευσή τους να παρέχουν εξαιρετικές υπηρεσίες, σε συνδυασμό με την ακλόνητη αφοσίωσή τους στην ικανοποίηση των πελατών, δημιουργεί μια ξεχωριστή πρόταση πώλησης. Δίνοντας προτεραιότητα στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών τους, στοχεύουν στην ενίσχυση της μακροχρόνιας πίστης και στην εδραίωση της θέσης τους ως αξιόπιστου μεταπωλητή.

Μελλοντικές προοπτικές και φιλοδοξίες: Κοιτάζοντας μπροστά, ο μεταπωλητής έχει θετικές προοπτικές για την αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Προβλέπουν συνεχή ανάπτυξη, με γνώμονα την κυκλοφορία μοναδικών και ελκυστικών αθλητικών υποδημάτων που γοητεύουν τους λάτρεις παγκοσμίως. Σύμφωνα με τις φιλοδοξίες τους, σκοπεύουν να δημιουργήσουν ένα φυσικό κατάστημα εντός της επόμενης πενταετίας. Αυτή η επέκταση όχι μόνο θα ενισχύσει περαιτέρω την παρουσία της μάρκας τους, αλλά θα προσφέρει επίσης έναν από χώρο για τους πελάτες να ασχοληθούν με τα προϊόντα τους και να βιώσουν από πρώτο χέρι την εξαιρετική εξυπηρέτησή τους.

Sneakers Finest

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής της Sneakers Finest έχει βυθιστεί στην αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων εδώ και περίπου πέντε χρόνια, με γνώμονα ένα γνήσιο πάθος για τα υποδήματα, ιδίως τα αθλητικά υποδήματα. Ο βαθύς ενθουσιασμός τους τους οδήγησε να διερευνήσουν τις ευκαιρίες στον κλάδο, παρά την αναγνώριση της παρουσίας σημαντικού ανταγωνισμού. Αντιμετώπισαν το ανταγωνιστικό τοπίο ως μια αναζωογονητική πρόκληση και αγκάλιασαν τη γοητεία της αγοράς ως την κύρια απασχόλησή τους.

Απόκτηση αθλητικών υποδημάτων: Κατά την επιδίωξη επιθυμητών αθλητικών υποδημάτων για μεταπώληση, ο μεταπωλητής από την Sneakers Finest ανέπτυξε μια προληπτική προσέγγιση. Συμμετέχουν ενεργά σε κληρώσεις που διοργανώνονται από εταιρείες

υποδημάτων, παρέχοντάς τους πρόσβαση σε κυκλοφορίες περιορισμένων εκδόσεων και περιζήτητα μοντέλα. Επιπλέον, αναζητούν συνεχώς ευρωπαϊκά καταστήματα για αθλητικά υποδήματα με σημαντική αξία μεταπώλησης. Μέσω της αδιάκοπης επιδίωξής τους, τοποθετούνται ώστε να αποκτούν τα πιο περιζήτητα αθλητικά υποδήματα που διατίθενται στην αγορά.

Καθορισμός τιμών και αξίας: Ο μεταπωλητής κατανοεί τη σημασία της ακριβούς τιμολόγησης των εμπορευμάτων του για τη μεγιστοποίηση της κερδοφορίας. Πλοηγούνται στον περίπλοκο κόσμο της τιμολόγησης αναλύοντας προσεκτικά τις παγκόσμιες τάσεις της αγοράς. Η ανάλυση αυτή τους επιτρέπει να εκτιμήσουν την αξία κάθε ζευγαριού, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως η ζήτηση, η σπανιότητα και η δυναμική της αγοράς. Πλατφόρμες όπως το StockX παίζουν καθοριστικό ρόλο στη στρατηγική τιμολόγησης, παρέχοντας πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με την τρέχουσα αγοραία αξία συγκεκριμένων αθλητικών υποδημάτων. Επιπλέον, παραμένουν ενήμεροι για τις τιμές που προσφέρουν οι ανταγωνιστές τους, επιτρέποντάς τους να προσαρμόζουν ανάλογα τις στρατηγικές τιμολόγησης.

Επαλήθευση αυθεντικότητας: Η διατήρηση της εμπιστοσύνης και η διασφάλιση της αυθεντικότητας των αθλητικών υποδημάτων που πωλούν είναι υψίστης σημασίας για τους μεταπωλητές. Για να το επιτύχουν αυτό, βασίζονται σε εφαρμογές πιστοποίησης και συμμετέχουν ενεργά σε ομάδες κοινωνικών μέσων ενημέρωσης που ειδικεύονται στην αυθεντικοποίηση αθλητικών υποδημάτων. Αυτή η αυστηρή διαδικασία επαλήθευσης συμβάλλει στη διασφάλιση ότι κάθε ζευγάρι που προσφέρουν είναι γνήσιο, ενσταλάζοντας την εμπιστοσύνη της πελατειακής τους βάσης.

Προκλήσεις και υπέρβαση των εμποδίων: Ο μεταπωλητής από την Sneakers Finest αναγνωρίζει τις αρχικές προκλήσεις που αντιμετώπισαν κατά την καθιέρωση της προβολής της μάρκας τους και την επέκταση της εμβέλειας των πελατών τους. Ωστόσο, αντιμετώπισαν αυτά τα εμπόδια με ανθεκτικότητα και δημιουργικότητα. Πραγματοποιώντας στρατηγικά δώρα σε δημοφιλείς πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, προσέλκυσαν με επιτυχία την προσοχή και δημιούργησαν buzz γύρω από τη μάρκα τους. Αξιοποιώντας τον ενθουσιασμό των ανθρώπων για δωρεάν αντικείμενα, ξεπέρασαν τα αρχικά εμπόδια και κέρδισαν έδαφος στην αγορά.

Αξιοσημείωτες ή μοναδικές πωλήσεις: Κατά τη διάρκεια της διαδρομής τους ως μεταπωλητής, ο ερωτώμενος από την Sneakers Finest έχει βιώσει αξιοσημείωτες πωλήσεις που έχουν αφήσει μόνιμη εντύπωση. Επισημαίνουν τις συνεργασίες με γνωστές μάρκες, όπως το Off-White x Nike Jordan 5 White και το A Ma Manière x Jordan 3, οι οποίες πέτυχαν σημαντικά νούμερα πωλήσεων 500 και 680 ευρώ αντίστοιχα. Αυτές οι μοναδικές πωλήσεις αποδεικνύουν την ικανότητά τους να εξασφαλίζουν αποκλειστικά και περιζήτητα sneakers, εδραιώνοντας περαιτέρω τη φήμη τους στην αγορά.

Εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση σχέσεων: Η παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών και η διατήρηση θετικών σχέσεων με το πελατολόγιό τους είναι θεμελιώδους σημασίας για τον μεταπωλητή της Sneakers Finest. Πιστεύουν στην υιοθέτηση μιας προσέγγισης χωρίς αποκλεισμούς και με σεβασμό, ασχολούμενοι με πελάτες όλων των ηλικιακών ομάδων. Ακόμη και σε αρνητικές αλληλεπιδράσεις, ανταποκρίνονται με χάρη, εκφράζοντας ευγνωμοσύνη και προσφέροντας ευχές. Δίνοντας προτεραιότητα στην ικανοποίηση των πελατών και καλλιεργώντας θετικές σχέσεις, στοχεύουν να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους.

Παραμονή στην ενημέρωση και τις τάσεις της αγοράς: Για να παραμείνει μπροστά από το παιχνίδι, ο μεταπωλητής παραμένει καλά ενημερωμένος για τις επερχόμενες κυκλοφορίες αθλητικών υποδημάτων και τις τάσεις της αγοράς. Παρακολουθούν ενεργά ιστολόγια και άλλες πηγές στο διαδίκτυο που είναι αφιερωμένες στην αναφορά των τελευταίων εξελίξεων στη βιομηχανία αθλητικών υποδημάτων. Αυτή η δέσμευση για συνεχή ενημέρωση τους επιτρέπει να προβλέπουν τη ζήτηση της αγοράς, να εντοπίζουν τις αναδυόμενες τάσεις και να ευθυγραμμίζουν τα αποθέματά τους αναλόγως.

Golden Kickz

Ιστορικό και εμπειρία: Για τον μεταπωλητή από την Golden Kickz, το ταξίδι τους στην αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων ξεκίνησε με την επιθυμία να εξερευνήσουν ένα δευτερεύον επάγγελμα που θα προσέφερε τόσο προσωπική ικανοποίηση όσο και σημαντικό εισόδημα. Ενθουσιασμένοι από την έννοια των κληρώσεων αθλητικών υποδημάτων, ανακάλυψαν μια μέθοδο γνωστή ως "botting", όπου μπορούσαν να αυξήσουν τις πιθανότητες τους να κερδίσουν πολύποθητα αθλητικά υποδήματα υποβάλλοντας πολλαπλές συμμετοχές. Αξιοποιώντας αυτή την τεχνική μέσω προγραμμάτων υπολογιστή, εξασφάλισαν νίκες σε διάφορες κληρώσεις, εξασφαλίζοντας πρόσβαση σε αποκλειστικές κυκλοφορίες.

Καθορισμός τιμών και αξίας: Ο καθορισμός της τιμολόγησης των αθλητικών τους υποδημάτων ακολουθεί μια ξεχωριστή προσέγγιση. Σε αντίθεση με τους παραδοσιακούς μεταπωλητές, ο μεταπωλητής σημειώνει ότι η τιμή προκαθορίζεται από την αγορά και όχι από τον μεμονωμένο πωλητή. Οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την τιμή περιλαμβάνουν το μοντέλο, τον τρόπο χρωματισμού και το επίπεδο συνεργασίας που εμπλέκεται. Επιπλέον, η σπανιότητα ενός συγκεκριμένου ζευγαριού ανεβάζει σημαντικά την αξία του στην αγορά.

Επαλήθευση αυθεντικότητας: Για να διασφαλίσει τη γνησιότητα των αθλητικών υποδημάτων που αποκτά, ο μεταπωλητής αγοράζει κατά κύριο λόγο απευθείας από ιστότοπους που χρησιμοποιούν την τεχνική "botting". Αυτή η μέθοδος εγγυάται ότι αποκτά αυθεντικά αθλητικά υποδήματα, καθώς έχει τον πλήρη έλεγχο της διαδικασίας αγοράς και μπορεί να επαληθεύσει τη νομιμότητα κάθε ζευγαριού.

Αξιοσημείωτες ή μοναδικές πωλήσεις: Παρόλο που δεν έχουν ακόμη βιώσει κάποια ξεχωριστή πώληση όσον αφορά σπάνια ή υψηλής αξίας ζευγάρια, ο μεταπωλητής υπογραμμίζει την ικανότητά του να εξασφαλίζει αποκλειστικές κυκλοφορίες, όπως το Jordan 4 SB Pine Green, το οποίο πούλησε για 360 ευρώ. Η δέσμευσή τους να διατηρούν την ακεραιότητα και να παρέχουν σταθερά αξιόπιστη προμήθεια των τελευταίων κυκλοφοριών τους κάνει να ξεχωρίζουν στην αγορά.

Εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση σχέσεων: Η ικανοποίηση των πελατών αποτελεί ύψιστη προτεραιότητα για τον μεταπωλητή. Είναι υπερήφανοι για την ευγενική και με σεβασμό προσέγγισή τους, διασφαλίζοντας ότι αντιμετωπίζουν τους πελάτες τους με το ίδιο επίπεδο φροντίδας και σεβασμού που θα περίμεναν και οι ίδιοι για τον εαυτό τους. Καλλιεργώντας θετικές σχέσεις, στοχεύουν να εδραιώσουν μια ισχυρή φήμη και να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των πελατών τους.

Παραμονή στην ενημέρωση και τις τάσεις της αγοράς: Για να είναι μπροστά από τις τάσεις της αγοράς και να διατηρεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ο μεταπωλητής συμμετέχει ενεργά σε διαδικτυακές κοινότητες που παρέχουν λεπτομερείς πληροφορίες για κάθε κυκλοφορία. Αυτές οι κοινότητες συχνά απαιτούν συνδρομές μέλους, αλλά προσφέρουν ολοκληρωμένες πληροφορίες σχετικά με τις επερχόμενες κυκλοφορίες, την αξία τους και τις βέλτιστες στρατηγικές τιμολόγησης.

Ο μεταπωλητής διαθέτει ευέλικτη και προσαρμοστική νοοτροπία. Προσαρμόζει γρήγορα τις στρατηγικές και τους στόχους του με βάση τις πληροφορίες που συλλέγει, επιτρέποντάς του να αξιοποιεί τις αναδυόμενες τάσεις και ευκαιρίες. Οι βαθιές γνώσεις και η εμπειρία τους, παρά το γεγονός ότι είναι σχετικά νέοι στον κλάδο, τους τοποθετούν ως ιδανικό συνεργάτη για όσους αναζητούν τις τελευταίες κυκλοφορίες και εξειδικευμένες γνώσεις.

Μελλοντικές προοπτικές και φιλοδοξίες: Όσον αφορά το μέλλον της αγοράς, ο μεταπωλητής προβλέπει δύο πιθανά σενάρια. Οραματίζονται είτε μια πτώση λόγω του έντονου ανταγωνισμού από τους κατασκευαστές υποδημάτων που καταπολεμούν ενεργά την αγορά μεταπώλησης είτε μια ακραία εξέλιξη της αγοράς. Ανεξάρτητα από αυτό, εκφράζουν τη δέσμευσή τους να συνεχίσουν να συμβάλλουν και να στηρίζουν τη βιομηχανία μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων.

Hype Resort

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής από το Hype Resort ήταν πάντα παθιασμένος με τη συλλογή και την κατοχή αθλητικών υποδημάτων και ειδών ένδυσης περιορισμένης έκδοσης. Η αγάπη τους για αυτά τα συλλεκτικά αντικείμενα, σε συνδυασμό με την κατανόηση της ζήτησης που δημιουργούν, τους οδήγησε στο εγχείρημα να δραστηριοποιηθούν στην αγορά μεταπώλησης. Αναγνωρίζοντας ότι πολλοί άνθρωποι είτε δεν είχαν τις γνώσεις είτε τον χρόνο για να αποκτήσουν αυτά τα πολυπόθητα αντικείμενα, είδαν μια ευκαιρία να προσφέρουν μια υπηρεσία προμηθεύοντας και προσφέροντάς τα σε άλλους.

Απόκτηση αθλητικών υποδημάτων: Μια βασική στρατηγική που χρησιμοποιεί ο μεταπωλητής από το Hype Resort είναι ο συγχρονισμός πολλών ηλεκτρονικών συσκευών, όπως υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα και ταμπλέτες, στην ίδια ιστοσελίδα κατά τη διάρκεια πολυαναμενόμενων κυκλοφοριών. Αυτή η τεχνική αυξάνει τις πιθανότητες αγοράς αθλητικών υποδημάτων περιορισμένης έκδοσης, καθώς ενισχύει την πιθανότητα εξασφάλισης ενός ζευγαριού πριν εξαντληθούν. Αξιοποιώντας την τεχνολογία, μεγιστοποιούν τις πιθανότητές τους να αποκτήσουν επιθυμητά αθλητικά υποδήματα.

Τιμολόγηση και καθορισμός της αξίας: Ο μεταπωλητής κατανοεί ότι η αξία ενός αθλητικού παπουτσιού συχνά επηρεάζεται από τη δημοτικότητά του και τη ζήτηση του κοινού. Για να καθορίσουν την τιμολόγηση, συγκρίνουν τις τιμές από διάφορες πλατφόρμες μεταπώλησης, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως το μοντέλο, το χρώμα και το επίπεδο συνεργασίας.

Αναλύοντας και υπολογίζοντας κατά μέσο όρο τις τιμές σε όλες τις πλατφόρμες, καθορίζουν μια δίκαιη αγοραία αξία για κάθε ζευγάρι.

Επαλήθευση αυθεντικότητας: Η διατήρηση της εμπιστοσύνης των πελατών τους είναι εξαιρετικά σημαντική για τον μεταπωλητή της Hype Resort. Λαμβάνουν μέτρα για να διασφαλίσουν τη γνησιότητα των αθλητικών υποδημάτων που πωλούν, αγοράζοντας κατά κύριο λόγο απευθείας από αξιόπιστες πηγές χρησιμοποιώντας τις καθιερωμένες διασυνδέσεις τους. Αυτό τους επιτρέπει να επιθεωρούν προσωπικά τα αθλητικά υποδήματα για την ποιότητα και τη γνησιότητα, παρέχοντας διαβεβαίωση στην πελατειακή τους βάση.

Προκλήσεις και υπέρβαση των εμποδίων: Ο μεταπωλητής αναγνωρίζει ότι η καθιέρωση μιας αξιόπιστης παρουσίας μάρκας και η επέκταση της πελατειακής τους εμβέλειας αποτέλεσαν αρχικές προκλήσεις. Ωστόσο, προσέγγισαν αυτά τα εμπόδια με αποφασιστικότητα και καινοτομία. Διεξήγαγαν στρατηγικά δώρα σε δημοφιλείς πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, αξιοποιώντας τον ενθουσιασμό των ανθρώπων για δωρεάν αντικείμενα για να δημιουργήσουν buzz και να προσελκύσουν την προσοχή στην επωνυμία τους. Ξεπερνώντας αυτά τα εμπόδια, κέρδισαν με επιτυχία έδαφος στην αγορά.

Αξιοσημείωτες ή μοναδικές πωλήσεις: Παρόλο που ο μεταπωλητής από το Hype Resort δεν έχει βιώσει κάποια αξιοσημείωτη πώληση όσον αφορά σπάνια ή υψηλής αξίας ζευγάρια, υπογραμμίζουν την ικανότητά τους να εξασφαλίζουν αποκλειστικές κυκλοφορίες. Για παράδειγμα, πούλησαν το Jordan 1 High Shattered Backboard για 420 ευρώ, γεγονός που καταδεικνύει την ικανότητά τους να αποκτούν και να προσφέρουν περιζήτητα sneakers στους πελάτες τους.

Εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση σχέσεων: Ο μεταπωλητής δίνει προτεραιότητα στην παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών και στην οικοδόμηση θετικών σχέσεων με το πελατολόγιό του. Πιστεύουν στη διατήρηση μιας ευγενικής και με σεβασμό προσέγγισης, απευθυνόμενοι σε πελάτες όλων των ηλικιακών ομάδων. Σε περιπτώσεις όπου εμφανίζονται αρνητικές αλληλεπιδράσεις, ανταποκρίνονται με χάρη, εκφράζοντας ευγνωμοσύνη και προσφέροντας ευχές. Δίνοντας προτεραιότητα στην ικανοποίηση των πελατών και καλλιεργώντας θετικές σχέσεις, στοχεύουν να ξεχωρίζουν από τους ανταγωνιστές τους.

Παραμονή στην ενημέρωση και τις τάσεις της αγοράς: Για να παραμείνει μπροστά στη διαρκώς εξελισσόμενη αγορά αθλητικών υποδημάτων, ο μεταπωλητής παραμένει καλά ενημερωμένος για τις επερχόμενες κυκλοφορίες και τις τάσεις της αγοράς. Παρακολουθούν

ενεργά ενημερωτικούς ιστότοπους και συμμετέχουν σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης που είναι αφιερωμένες στην αναφορά των τελευταίων εξελίξεων στη βιομηχανία αθλητικών υποδημάτων. Παραμένοντας ενημερωμένοι, μπορούν να προβλέπουν τη ζήτηση της αγοράς, να εντοπίζουν τις αναδυόμενες τάσεις και να ευθυγραμμίζουν τα αποθέματά τους αναλόγως. Ως σχετικά νέο ηλεκτρονικό κατάστημα, ο μεταπωλητής από το Hype Resort στοχεύει να συνεχίσει να προσφέρει μια προσεκτικά επιμελημένη επιλογή αθλητικών υποδημάτων. Πιστεύουν στην εξυπηρέτηση ενός ευρέος φάσματος προτιμήσεων, περιλαμβάνοντας τόσο σπάνια όσο και κλασικά μοντέλα, ενώ παράλληλα παρέχουν ανταγωνιστικές τιμές. Δημιουργώντας εμπιστοσύνη μέσω διαδικασιών επαλήθευσης της αυθεντικότητας και προσφέροντας άμεσες παραδόσεις εντός Ελλάδας, προσπαθούν να χτίσουν μια σταθερή φήμη στην αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων.

Sneakin.skg

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής από το Sneakin.skg ανακάλυψε τον κόσμο της μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων αφού συνειδητοποίησε τις δυνατότητες κέρδους όταν πούλησε ένα ζευγάρι Nike Dunk Pandas για το διπλάσιο της αρχικής τιμής αγοράς. Αυτή η αρχική επιτυχία τους ενέπνευσε να συνεχίσουν να αγοράζουν αθλητικά υποδήματα για μεταπώληση, αναγνωρίζοντας τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται σε αυτή την αγορά.

Απόκτηση αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής της Sneakin.skg χρησιμοποιεί διάφορες στρατηγικές για την απόκτηση αθλητικών υποδημάτων προς μεταπώληση. Συμμετέχει σε κληρώσεις αθλητικών υποδημάτων που διοργανώνονται από εταιρείες και καταστήματα υποδημάτων, παρακολουθεί στενά ιστοσελίδες από την Ελλάδα και το εξωτερικό που πωλούν αθλητικά υποδήματα και επισκέπτεται συχνά φυσικά καταστήματα υποδημάτων προς αναζήτηση ευκαιριών. Συνδυάζοντας αυτές τις προσεγγίσεις, αυξάνουν τις πιθανότητες τους να εξασφαλίσουν επιθυμητά αθλητικά υποδήματα.

Τιμολόγηση και καθορισμός της αξίας: Ο μεταπωλητής καθορίζει την τιμή κάθε αθλητικού παπουτσιού με βάση την αξία μεταπώλησής του στην αγορά, με βασικό σημείο αναφοράς το StockX. Λαμβάνουν υπόψη παράγοντες όπως η ζήτηση για το παπούτσι και συμβουλευούνται πολλαπλές πλατφόρμες μεταπώλησης για να καθορίσουν μια δίκαιη αγοραία αξία για κάθε ζευγάρι.

Επαλήθευση αυθεντικότητας: Η διασφάλιση της αυθεντικότητας των αθλητικών υποδημάτων που πωλούν είναι ζωτικής σημασίας για τον μεταπωλητή από το Sneakin.skg. Βασίζονται

στην εμπειρία και τις διασυνδέσεις τους για να αγοράζουν απευθείας από αξιόπιστες πηγές, επιτρέποντάς τους να επιθεωρούν και να επαληθεύουν προσωπικά τη γνησιότητα και την ποιότητα κάθε ζευγαριού πριν τα προσφέρουν προς πώληση.

Προκλήσεις και υπέρβαση των εμποδίων: Ο μεταπωλητής θεωρεί τον εαυτό του τυχερό, καθώς δεν έχει αντιμετωπίσει σημαντικές προκλήσεις ή προβλήματα στο ταξίδι του.

Προσπαθούν να διατηρήσουν το θετικό ιστορικό τους και στοχεύουν να συνεχίσουν να παρέχουν αξιόπιστες και αξιόπιστες υπηρεσίες στους πελάτες τους.

Αξιοσημείωτες ή μοναδικές πωλήσεις: Αν και δεν είχαν καμία ξεχωριστή πώληση όσον αφορά τα υψηλής αξίας ή σπάνια αθλητικά υποδήματα, ο μεταπωλητής υπογραμμίζει την επιτυχή απόκτηση και μεταπώληση του Jordan 1 Retro High Off-White University Blue. Το συγκεκριμένο ζευγάρι αγοράστηκε αρχικά για 180 ευρώ και πωλήθηκε για 800 ευρώ, αναδεικνύοντας την ικανότητά τους να εξασφαλίζουν περιζήτητα sneakers και να πραγματοποιούν κερδοφόρες πωλήσεις.

Εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση σχέσεων: Ο μεταπωλητής της Sneakin.skgr πιστεύει στην παροχή άριστης εξυπηρέτησης πελατών και στην ιεράρχηση των αναγκών των πελατών του. Υιοθετούν μια ευγενική και εξυπηρετική προσέγγιση, με στόχο να βοηθήσουν τους πελάτες με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Επιπλέον, προσφέρουν πολιτική επιστροφής για να διασφαλίσουν την ικανοποίηση των πελατών.

Διατήρηση της ενημέρωσης και των τάσεων της αγοράς: Για να παραμένει ενήμερος σχετικά με τις επερχόμενες κυκλοφορίες και τις τάσεις της αγοράς, ο μεταπωλητής ακολουθεί ομάδες που σχετίζονται με αθλητικά υποδήματα, πληρώνει για πρόσβαση σε ομάδες μάγειρων και συμμετέχει ενεργά σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Αυτή η προσέγγιση τους επιτρέπει να παραμένουν μπροστά από την καμπύλη, να προβλέπουν τη ζήτηση της αγοράς και να ενημερώνουν ανάλογα τα αποθέματά τους.

Κοιτάζοντας προς το μέλλον, ο μεταπωλητής από το Sneakin.skgr πιστεύει ότι η αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων έχει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης. Στόχος τους είναι να δημιουργήσουν ένα φυσικό κατάστημα και να επεκτείνουν την παρουσία τους, αποκτώντας ευρεία αναγνώριση στον κλάδο. Απώτερος στόχος τους είναι να εξυπηρετούν πελάτες σε πολλές χώρες και να συνεχίσουν να προσφέρουν ανταγωνιστικές τιμές, άριστη εξυπηρέτηση και αυθεντικά αθλητικά υποδήματα.

Street.plug

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής της Street.plug εισήλθε στην αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων με γνώμονα το πάθος για τα υποδήματα και την επιθυμία να γίνει οικονομικά ανεξάρτητος. Αναγνωρίζοντας τη δυνατότητα να μετατρέψουν το πάθος τους σε κερδοφόρο εγχείρημα, ξεκίνησαν το ταξίδι τους ως μεταπωλητές.

Απόκτηση αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής υιοθετεί μια ευέλικτη προσέγγιση για την απόκτηση αθλητικών υποδημάτων προς μεταπώληση. Μερικές φορές αγοράζουν απευθείας από επίσημους λιανοπωλητές, ενώ άλλες φορές προμηθεύονται υποδήματα από αξιόπιστους μεταπωλητές που προσφέρουν ανταγωνιστικές τιμές. Αυτό τους επιτρέπει να έχουν πρόσβαση σε μια ποικιλία αθλητικών υποδημάτων και να μεγιστοποιούν τις πιθανότητές τους να εξασφαλίσουν επιθυμητά αποθέματα.

Καθορισμός τιμών και αξίας: Ο μεταπωλητής εξετάζει πολλαπλούς παράγοντες κατά τον καθορισμό της τιμής κάθε αθλητικού παπουτσιού. Αξιολογούν τη ζήτηση στην αγορά, τη διαθεσιμότητα των μεγεθών και παρακολουθούν τις τιμές που καθορίζουν άλλοι μεταπωλητές για παρόμοια μοντέλα. Αυτή η ολοκληρωμένη προσέγγιση τους βοηθά να καθορίσουν ανταγωνιστικές και δίκαιες τιμές για το απόθεμά τους.

Επαλήθευση αυθεντικότητας: Η διατήρηση της αυθεντικότητας των αθλητικών υποδημάτων που πωλούν είναι ζωτικής σημασίας για τον μεταπωλητή της Street.plug. Βασίζονται σε ηλεκτρονικές εφαρμογές επαλήθευσης, συχνά πληρώνοντας για τις υπηρεσίες τους, για να διασφαλίσουν τη γνησιότητα του αποθέματός τους. Οι εφαρμογές αυτές παρέχουν πιστοποίηση της γνησιότητας, δίνοντας στους πελάτες εμπιστοσύνη στις αγορές τους.

Προκλήσεις και υπέρβαση των εμποδίων: Αρχικά, ο μεταπωλητής αντιμετώπισε προκλήσεις στην καθιέρωση του εμπορικού του σήματος και στην απόκτηση αναγνωρισιμότητας. Ωστόσο, επέμεινε και αξιοποίησε τις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να παρουσιάσει το απόθεμά του. Η πρώτη τους επιτυχημένη πώληση τους παρακίνησε να συνεχίσουν το ταξίδι τους και έκτοτε αναπτύσσονται σταθερά.

Αξιοσημείωτες ή μοναδικές πωλήσεις: Ο μεταπωλητής πέτυχε μια αξιοσημείωτη πώληση με το Adidas Yeezy Boost 350 V2 Yecheil (Reflective). Παρά την περιορισμένη ζήτηση για το συγκεκριμένο μοντέλο, κατάφεραν να το πουλήσουν για 570 ευρώ στην Ελλάδα, αναδεικνύοντας την ικανότητά τους να δημιουργούν κερδοφόρες πωλήσεις ακόμη και με λιγότερο περιζήτητα sneakers.

Εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση σχέσεων: Ο μεταπωλητής εκτιμά την οικοδόμηση θετικών σχέσεων με τους πελάτες του. Προσπαθούν να παρέχουν φιλική, κατανοητή και προσιτή εξυπηρέτηση πελατών. Δίνοντας προτεραιότητα στην ικανοποίηση των πελατών, στοχεύουν στη δημιουργία μόνιμων δεσμών και στη διασφάλιση επαναλαμβανόμενων εργασιών.

Διατήρηση της ενημέρωσης και των τάσεων της αγοράς: Για να παραμείνει μπροστά από τις τάσεις της αγοράς, ο μεταπωλητής ασχολείται ενεργά με τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και ακολουθεί σημαίνοντα άτομα που έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην αγορά αθλητικών υποδημάτων. Προσαρμόζοντας τις στρατηγικές τους με βάση τις αναδυόμενες τάσεις, διασφαλίζουν ότι παραμένουν επίκαιροι και ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των πελατών.

Τάσεις της αγοράς και προσαρμογή: Ως σχετικά νέος παίκτης στη βιομηχανία μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων, ο μεταπωλητής από την Street.plugin πιστεύει ότι η επένδυσή του σε αθλητικά υποδήματα και τα θετικά σχόλια των πελατών του τον τοποθετούν ως μια εξαιρετική επιλογή για τους δυνητικούς πελάτες.

Μελλοντικές προοπτικές: Κοιτάζοντας προς το μέλλον, ο μεταπωλητής προβλέπει συνεχή ανάπτυξη και αυξημένο ενδιαφέρον για την αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Προβλέπουν το άνοιγμα περισσότερων φυσικών καταστημάτων στην Ελλάδα, ακολουθώντας την τάση που παρατηρείται σε άλλες χώρες. Παραμένοντας προσαρμοστικοί και ανταποκρινόμενοι στις εξελίξεις της αγοράς, στοχεύουν να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους και να εδραιώσουν την παρουσία τους στον κλάδο.

Afterm_ath

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής της Afterm_ath είναι ένα έμπειρο και αξιόπιστο άτομο στον κλάδο της μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Με βαθύ πάθος για τα αθλητικά υποδήματα, ξεκίνησε το ταξίδι του με κατασκηνώσεις εκτός καταστημάτων και σταδιακά επέκτεινε το δίκτυό του για την προμήθεια και μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων περιορισμένης έκδοσης. Με την πάροδο του χρόνου, καθιερώθηκαν ως αξιόπιστος μεταπωλητής και τελικά άνοιξαν το δικό τους κατάστημα.

Προμήθεια αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής χρησιμοποιεί διάφορες μεθόδους για την προμήθεια αθλητικών υποδημάτων. Έχουν δημιουργήσει συνδέσεις με επίσημους λιανοπωλητές, εξουσιοδοτημένους διανομείς και γνώστες του κλάδου, επιτρέποντάς τους την

πρόσβαση σε αποκλειστικές κυκλοφορίες και περιζήτητα sneakers. Αξιοποιώντας το δίκτυό τους, εξασφαλίζουν σταθερή προμήθεια επιθυμητών αθλητικών υποδημάτων για τους πελάτες τους.

Καθορισμός τιμών και αξίας: Ο μεταπωλητής καθορίζει την τιμολόγηση των αθλητικών υποδημάτων με βάση διάφορους παράγοντες. Λαμβάνουν υπόψη τους τη σπανιότητα, τη ζήτηση και την κατάσταση των αθλητικών υποδημάτων, καθώς και τις τάσεις της αγοράς και τις τιμές που καθορίζουν άλλοι μεταπωλητές. Αναλύοντας προσεκτικά αυτούς τους παράγοντες, καθορίζουν ανταγωνιστικές τιμές που αντικατοπτρίζουν την αξία των αθλητικών υποδημάτων.

Εξασφάλιση της αυθεντικότητας: Η αυθεντικότητα αποτελεί ύψιστη προτεραιότητα για τον μεταπωλητή της Afterm_ath. Έχουν αναπτύξει σχέσεις με αξιόπιστες πηγές και πιστοποιούν την αυθεντικότητα κάθε ζεύγους αθλητικών υποδημάτων που αποκτούν. Ελέγχοντας διεξοδικά τα αθλητικά υποδήματα και επαληθεύοντας τη γνησιότητά τους, παρέχουν στους πελάτες γνήσια προϊόντα και χτίζουν την εμπιστοσύνη στη μάρκα τους.

Ξεπερνώντας τις προκλήσεις: Ο μεταπωλητής αναγνωρίζει τον έντονο ανταγωνισμό και τις προκλήσεις στην αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Ωστόσο, έχουν ξεπεράσει αυτά τα εμπόδια δημιουργώντας μια ισχυρή φήμη για την αυθεντικότητα, παρέχοντας άριστη εξυπηρέτηση πελατών και παραμένοντας ενημερωμένοι για τις τάσεις της αγοράς. Η αφοσίωση και η δέσμευσή τους τους βοήθησαν να ξεχωρίσουν στο ανταγωνιστικό τοπίο.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Ο μεταπωλητής της Afterm_ath έχει επιτύχει σημαντική επιτυχία στην πώληση συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων. Έχουν εξασφαλίσει και πουλήσει εξαιρετικά περιζήτητες κυκλοφορίες, συμπεριλαμβανομένων αποκλειστικών συνεργασιών και μοντέλων περιορισμένης έκδοσης. Αυτές οι αξιοσημείωτες πωλήσεις αναδεικνύουν την ικανότητά τους να αποκτούν και να προσφέρουν στους πελάτες τους εξαιρετικά επιθυμητά αθλητικά υποδήματα.

Εξυπηρέτηση και ικανοποίηση πελατών: Η παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών αποτελεί βασική αρχή για τον μεταπωλητή. Δίνουν προτεραιότητα στην οικοδόμηση ισχυρών σχέσεων με τους πελάτες τους, προσφέροντας εξατομικευμένη βοήθεια, άμεση επικοινωνία και αξιόπιστη υποστήριξη. Εξασφαλίζοντας την ικανοποίηση των πελατών και καλλιεργώντας θετικές εμπειρίες, στοχεύουν στη δημιουργία μακροχρόνιας αφοσίωσης των πελατών.

Τάσεις της αγοράς και προσαρμογή: Ο μεταπωλητής παραμένει ενημερωμένος για τις τάσεις της αγοράς και τις επερχόμενες κυκλοφορίες αθλητικών υποδημάτων. Ακολουθούν ενεργά τους παράγοντες επιρροής του κλάδου, συμμετέχουν σε διαδικτυακές κοινότητες και παρακολουθούν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για να είναι πάντα μπροστά από τις εξελίξεις. Κατανοώντας τις εξελισσόμενες τάσεις και τις προτιμήσεις των πελατών, προσαρμόζουν ανάλογα το απόθεμα και τις προσφορές τους.

Μελλοντικές προοπτικές: Ο μεταπωλητής της Afterm_ath είναι αισιόδοξος για το μέλλον της αγοράς μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Στόχος τους είναι να συνεχίσουν να επεκτείνουν την επιχείρησή τους, να προσεγγίσουν νέους πελάτες και να εδραιώσουν τη θέση τους ως κορυφαίος μεταπωλητής. Διατηρώντας τη δέσμευσή τους στην αυθεντικότητα, την ικανοποίηση των πελατών και μένοντας συντονισμένοι με τις τάσεις της αγοράς, φιλοδοξούν να ευδοκιμήσουν στη δυναμική βιομηχανία αθλητικών υποδημάτων.

Nikthekickz

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής της Nikthekickz είναι ένα άτομο με έντονο πάθος για τα αθλητικά υποδήματα, το οποίο ξεκίνησε από νεαρή ηλικία. Άρχισαν να συλλέγουν αθλητικά υποδήματα και τελικά αποφάσισαν να μετατρέψουν το χόμπι τους σε πηγή εισοδήματος παράλληλα με την κανονική τους εργασία. Με χρόνια εμπειρίας, έχουν αποκτήσει πολύτιμες γνώσεις σχετικά με τη βιομηχανία μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων.

Προμήθεια αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής προμηθεύεται κυρίως αθλητικά υποδήματα μέσω φυσικών καταστημάτων λιανικής πώλησης. Έχουν δημιουργήσει σχέσεις με αξιόπιστους λιανοπωλητές και εξουσιοδοτημένους διανομείς, επιτρέποντάς τους την πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα αθλητικών υποδημάτων. Αξιοποιώντας αυτές τις διασυνδέσεις, είναι σε θέση να αποκτούν αθλητικά υποδήματα σε ανταγωνιστικές τιμές και να τα προσφέρουν στους πελάτες τους.

Τιμολόγηση και καθορισμός της αξίας: Ο μεταπωλητής καθορίζει την τιμολόγηση των αθλητικών υποδημάτων με βάση διάφορους παράγοντες, με βασικό παράγοντα τη ζήτηση. Καθώς αυξάνεται η ζήτηση για ένα συγκεκριμένο αθλητικό παπούτσι, προσαρμόζουν ανάλογα την τιμή. Λαμβάνουν επίσης υπόψη παράγοντες όπως η σπανιότητα, η κατάσταση και οι τάσεις της αγοράς για να διασφαλίσουν ότι η τιμολόγησή τους αντικατοπτρίζει την αξία των αθλητικών υποδημάτων.

Διασφάλιση της αυθεντικότητας: Η αυθεντικότητα είναι υψίστης σημασίας για τον μεταπωλητή της Nikethekickz. Ζητούν απόδειξη αγοράς για να διασφαλίσουν ότι τα αθλητικά υποδήματα που αποκτούν είναι γνήσια. Επαληθεύοντας τη γνησιότητα κάθε ζεύγους και πραγματοποιώντας ενδελεχείς ελέγχους, παρέχουν στους πελάτες τους αυθεντικά αθλητικά υποδήματα, κερδίζοντας την εμπιστοσύνη τους και χτίζοντας μια σταθερή φήμη.

Ξεπερνώντας τις προκλήσεις: Μία από τις κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι μεταπωλητές είναι η κατανόηση και η προσαρμογή στις προτιμήσεις του κοινού-στόχου τους. Ενημερώνονται συνεχώς για τις τελευταίες τάσεις και τις απαιτήσεις των πελατών, ώστε να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις αγοράς. Προσαρμόζοντας το απόθεμα και τις προσφορές τους, προσπαθούν να ανταποκρίνονται στις διαρκώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της αγοράς αθλητικών υποδημάτων.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Ο μεταπωλητής είναι υπερήφανος για τις αξιοσημείωτες πωλήσεις του, συμπεριλαμβανομένης της επιτυχημένης πώλησης ενός ζεύγους αθλητικών υποδημάτων Jordan 4 Military Black για 470 ευρώ. Αυτά τα επιτεύγματα αναδεικνύουν την ικανότητά τους να προμηθεύονται και να προσφέρουν στους πελάτες τους εξαιρετικά περιζήτητα αθλητικά υποδήματα.

Εξυπηρέτηση και ικανοποίηση πελατών: Ο μεταπωλητής της Nikethekickz εκτιμά την εξαιρετική εξυπηρέτηση πελατών. Δίνουν προτεραιότητα στις άμεσες απαντήσεις, παρέχουν εξατομικευμένη βοήθεια και διατηρούν ανοιχτή επικοινωνία με τους πελάτες τους. Εξασφαλίζοντας την ικανοποίηση των πελατών τους, στοχεύουν στην προώθηση μακροχρόνιων σχέσεων και αφοσίωσης.

Τάσεις της αγοράς και προσαρμογή: Η ενημέρωση για τις τάσεις της αγοράς είναι ζωτικής σημασίας για τον μεταπωλητή. Παρακολουθούν ενεργά τους παράγοντες επιρροής του κλάδου, συμμετέχουν σε διαδικτυακές κοινότητες και αξιοποιούν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για να παρακολουθούν τις αναδυόμενες τάσεις και τις προτιμήσεις των πελατών. Αυτό τους επιτρέπει να προσαρμόζουν το απόθεμα και τις προσφορές τους ώστε να ανταποκρίνονται στις εξελισσόμενες απαιτήσεις της αγοράς.

Μελλοντικές προοπτικές: Ο μεταπωλητής πιστεύει ότι η βιομηχανία μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων θα συνεχίσει να ευδοκιμεί, αν και αναγνωρίζει τον πιθανό κορεσμό στο μέλλον. Παραμένουν προσηλωμένοι στην παροχή αυθεντικών αθλητικών υποδημάτων και άριστης εξυπηρέτησης πελατών, με στόχο να εδραιώσουν τη θέση τους ως αξιόπιστος μεταπωλητής

στον κλάδο. Με τη συνεχή εξέλιξη και το να μένουν μπροστά από τις τάσεις της αγοράς, προσπαθούν να διατηρήσουν την επιτυχία τους στην αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων.

Flower Kickz

Ιστορικό και εμπειρία: Η Flower Kickz έχει ένα συναρπαστικό ιστορικό στην αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Ξεκίνησαν το επιχειρηματικό τους ταξίδι σε νεαρή ηλικία, εστιάζοντας αρχικά στην πώληση ρούχων στο διαδίκτυο. Αναγνωρίζοντας την υψηλότερη κερδοφορία στην αγορά αθλητικών υποδημάτων, μετατόπισαν την εστίασή τους στα υποδήματα, αποδεικνύοντας την ικανότητά τους να εντοπίζουν προσοδοφόρες ευκαιρίες. Η πρόωμη έκθεσή τους στο ηλεκτρονικό εμπόριο και η προσαρμοστικότητα τους αναδεικνύουν το υπόβαθρό τους στον κλάδο.

Απόκτηση αθλητικών υποδημάτων: Η Flower Kickz έχει αναπτύξει μια προληπτική προσέγγιση για την προμήθεια επιθυμητών αθλητικών υποδημάτων προς μεταπώληση. Συμμετέχουν ενεργά σε κληρώσεις εταιρειών υποδημάτων, που τους παρέχουν πρόσβαση σε περιορισμένες κυκλοφορίες και περιζήτητα μοντέλα. Επιπλέον, αναζητούν συνεχώς ευρωπαϊκά καταστήματα που διαθέτουν αθλητικά υποδήματα υψηλής αξίας, εξασφαλίζοντας ότι είναι σε καλή θέση για να αποκτήσουν τα πολυπόθητα αθλητικά υποδήματα της αγοράς.

Καθορισμός τιμής και αξίας: Ο μεταπωλητής κατανοεί τη σημασία της ακριβούς τιμολόγησης για τη μεγιστοποίηση της κερδοφορίας. Αναλύουν τις τάσεις της παγκόσμιας αγοράς για να εκτιμήσουν την αξία κάθε ζευγαριού, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως η ζήτηση, η σπανιότητα και η δυναμική της αγοράς. Πλατφόρμες όπως το StockX παίζουν καθοριστικό ρόλο στη στρατηγική τιμολόγησης, παρέχοντας πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με την τρέχουσα αγοραία αξία συγκεκριμένων αθλητικών υποδημάτων. Παρακολουθούν επίσης τις τιμές που προσφέρουν οι ανταγωνιστές, επιτρέποντάς τους να προσαρμόζουν ανάλογα τις στρατηγικές τιμολόγησης.

Επαλήθευση αυθεντικότητας: Η διασφάλιση της αυθεντικότητας των αθλητικών υποδημάτων που πωλούν είναι εξαιρετικά σημαντική για την Flower Kickz. Βασίζονται σε εφαρμογές πιστοποίησης και συμμετέχουν ενεργά σε ομάδες μέσω κοινωνικής δικτύωσης που ειδικεύονται στον έλεγχο γνησιότητας υποδημάτων. Αυτή η σχολαστική διαδικασία επαλήθευσης συμβάλλει στη δημιουργία εμπιστοσύνης και διασφαλίζει ότι κάθε ζευγάρι που προσφέρουν είναι γνήσιο.

Προκλήσεις και υπέρβαση των εμποδίων: Ο μεταπωλητής αναγνωρίζει τις προκλήσεις που αντιμετώπισε στην εδραίωση της προβολής της μάρκας και στην επέκταση της πελατειακής του βάσης. Για να ξεπεράσουν αυτά τα εμπόδια, ασχολήθηκαν στρατηγικά με τους influencers των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, χαρίζοντας δημοφιλή αθλητικά υποδήματα. Αυτή η προσέγγιση δημιούργησε buzz και προσέλκυσε την προσοχή στην επωνυμία τους, βοηθώντας τους να ξεπεράσουν τα αρχικά εμπόδια και να κερδίσουν έδαφος στην αγορά.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Η Flower Kickz έχει σημειώσει αξιοσημείωτες πωλήσεις, συμπεριλαμβανομένων συνεργασιών με γνωστές μάρκες όπως η Off-White και η Nike, όπως το Off-White x Nike Jordan 5 White και το A Ma Manière x Jordan 3. Αυτές οι πωλήσεις αναδεικνύουν την ικανότητά τους να εξασφαλίζουν αποκλειστικά και περιζήτητα αθλητικά υποδήματα, εδραιώνοντας περαιτέρω τη φήμη τους στην αγορά.

Εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση σχέσεων: Ο μεταπωλητής δίνει μεγάλη έμφαση στην παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών και στη διατήρηση θετικών σχέσεων με τους πελάτες του. Υιοθετούν μια προσέγγιση χωρίς αποκλεισμούς και με σεβασμό, απευθυνόμενοι σε πελάτες όλων των ηλικιακών ομάδων. Ανταποκρίνονται με χάρη στις αρνητικές αλληλεπιδράσεις, εκφράζοντας ευγνωμοσύνη και προσφέροντας ευχές. Η προτεραιότητα στην ικανοποίηση των πελατών τους βοηθά να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους.

Παραμένουν ενήμεροι για τις τάσεις της αγοράς: Η Flower Kickz παρακολουθεί ενεργά ιστολόγια και άλλες διαδικτυακές πηγές που είναι αφιερωμένες στην αναφορά των τελευταίων εξελίξεων στη βιομηχανία αθλητικών υποδημάτων. Αυτή η δέσμευση για ενημέρωση τους επιτρέπει να προβλέπουν τη ζήτηση της αγοράς, να εντοπίζουν τις αναδυόμενες τάσεις και να ευθυγραμμίζουν τα αποθέματά τους αναλόγως.

Προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς: Η Flower Kickz αναγνωρίζει τη δυναμική φύση της αγοράς και τη σημασία της προσαρμογής στις αλλαγές και τις εξελισσόμενες τάσεις.

Παρακολουθούν προληπτικά τις αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών και προσαρμόζουν ανάλογα τις στρατηγικές προμήθειας και αποθεμάτων τους, διασφαλίζοντας ότι μπορούν να ανταποκριθούν στις διαρκώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της πελατειακής τους βάσης.

Μοναδική πρόταση πώλησης: Ο μεταπωλητής πιστεύει ότι η δέσμευσή του για εξαιρετική εξυπηρέτηση των πελατών τον διαφοροποιεί από τους άλλους παίκτες της αγοράς. Δίνοντας

προτεραιότητα στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών, στοχεύουν στην ενίσχυση της μακροχρόνιας αφοσίωσης και στην καθιέρωσή τους ως αξιόπιστου μεταπωλητή.

Μελλοντικές προοπτικές και φιλοδοξίες: Η Flower Kickz εκφράζει τη φιλοδοξία της να συνεχίσει τη συμμετοχή της στη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων. Φιλοδοξούν να διατηρήσουν φυσικά καταστήματα στο μέλλον, προσφέροντας νέα προϊόντα παράλληλα με σχολαστική εξυπηρέτηση και αυθεντικά αντικείμενα.

Συνολικά, η Flower Kickz έχει επιδείξει ένα ισχυρό υπόβαθρο και σχετική εμπειρία στον κλάδο της μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Το πρώιμο ξεκίνημά τους, η προληπτική προσέγγιση προμηθειών, οι στρατηγικές τιμολόγησης, η εστίαση στην αυθεντικότητα, η εξυπηρέτηση πελατών, η ενημέρωση για τις τάσεις της αγοράς, η προσαρμοστικότητα και οι μελλοντικές φιλοδοξίες συμβάλλουν στην τεχνογνωσία και την ανάπτυξή τους ως μεταπωλητές αθλητικών υποδημάτων.

Rabbit Plug

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής της Rabbit Plug έχει μια συναρπαστική ιστορία στην αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Όλα ξεκίνησαν με το βαθύ πάθος τους για τα υποδήματα, ιδίως τα αθλητικά υποδήματα. Αυτό το πάθος τους οδήγησε να διερευνήσουν τις ευκαιρίες στον κλάδο. Αναγνωρίζουν την ύπαρξη σημαντικού ανταγωνισμού, τον οποίο αντιλαμβάνονται ως αναζωογονητική πρόκληση. Παρά το ανταγωνιστικό τοπίο, προσελκύστηκαν από τη γοητεία της αγοράς και την αγκάλιασαν ως κύρια ενασχόλησή τους. Ο ενθουσιασμός και η εμπειρία τους στον κλάδο διαμόρφωσαν την πορεία τους ως μεταπωλητές.

Απόκτηση αθλητικών υποδημάτων: Στην προσπάθειά τους να προμηθεύονται επιθυμητά αθλητικά υποδήματα για μεταπώληση, ο μεταπωλητής ανέπτυξε μια προληπτική προσέγγιση. Συμμετέχουν ενεργά σε κληρώσεις εταιρειών υποδημάτων, επιτρέποντάς τους την πρόσβαση σε περιορισμένες κυκλοφορίες και περιζήτητα μοντέλα. Επιπλέον, διατηρούν συνεχή αναζήτηση για ευρωπαϊκά καταστήματα που ενδέχεται να διαθέτουν αθλητικά υποδήματα υψηλής αξίας. Η αδιάκοπη επιδίωξή τους διασφαλίζει ότι είναι σε καλή θέση να αποκτούν τα πιο περιζήτητα αθλητικά υποδήματα της αγοράς.

Καθορισμός τιμής και αξίας: Ο μεταπωλητής κατανοεί τη σημασία της ακριβούς τιμολόγησης των εμπορευμάτων του για τη μεγιστοποίηση της κερδοφορίας. Πλοηγούνται στον πολύπλοκο κόσμο της τιμολόγησης αναλύοντας προσεκτικά τις παγκόσμιες τάσεις της

αγοράς. Αυτό τους βοηθά να εκτιμήσουν την αξία κάθε ζευγαριού, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως η ζήτηση, η σπανιότητα και η δυναμική της αγοράς. Πλατφόρμες όπως το StockX διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη στρατηγική τιμολόγησης τους, παρέχοντας πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με την τρέχουσα αγοραία αξία συγκεκριμένων αθλητικών υποδημάτων. Επιπλέον, ενημερώνονται για τις τιμές που προσφέρουν οι ανταγωνιστές τους, επιτρέποντάς τους να προσαρμόζουν ανάλογα τις δικές τους στρατηγικές τιμολόγησης.

Επαλήθευση αυθεντικότητας: Η διατήρηση της εμπιστοσύνης και η διασφάλιση της αυθεντικότητας των αθλητικών υποδημάτων που πωλούν είναι υψίστης σημασίας για τους μεταπωλητές. Για να το επιτύχουν αυτό, βασίζονται σε εφαρμογές πιστοποίησης και συμμετέχουν ενεργά σε ομάδες κοινωνικών μέσων ενημέρωσης που ειδικεύονται στην πιστοποίηση της αυθεντικότητας των υποδημάτων. Αυτή η αυστηρή διαδικασία επαλήθευσης συμβάλλει στη διασφάλιση ότι κάθε ζευγάρι που προσφέρουν είναι γνήσιο, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη της πελατειακής τους βάσης.

Προκλήσεις και υπέρβαση των εμποδίων: Ο μεταπωλητής αναγνωρίζει τις αρχικές προκλήσεις που αντιμετώπισε, ιδίως όσον αφορά την εδραίωση της προβολής της μάρκας του και την επέκταση της πελατειακής του βάσης. Ωστόσο, αντιμετώπισαν αυτά τα εμπόδια με ανθεκτικότητα και δημιουργικότητα. Κάνοντας στρατηγικά δώρα σε δημοφιλείς influencers των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, προσέλκυσαν με επιτυχία την προσοχή και δημιούργησαν buzz γύρω από τη μάρκα τους. Αξιοποιώντας τον ενθουσιασμό των ανθρώπων για τα δωρεάν αντικείμενα, κατάφεραν να ξεπεράσουν τα αρχικά εμπόδια και να κερδίσουν έδαφος στην αγορά.

Αξιοσημείωτες ή μοναδικές πωλήσεις: Κατά τη διάρκεια της διαδρομής τους ως μεταπωλητές, έχουν βιώσει αξιοσημείωτες πωλήσεις που άφησαν μόνιμη εντύπωση. Επισημαίνουν συνεργασίες με γνωστές μάρκες, όπως το Off-White x Nike Jordan 5 White και το A Ma Manière x Jordan 3, οι οποίες πέτυχαν σημαντικούς αριθμούς πωλήσεων 500 και 680 ευρώ αντίστοιχα. Αυτές οι μοναδικές πωλήσεις αποδεικνύουν την ικανότητά τους να εξασφαλίζουν αποκλειστικά και περιζήτητα sneakers, εδραιώνοντας περαιτέρω τη φήμη τους στην αγορά.

Εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση σχέσεων: Ο μεταπωλητής δίνει μεγάλη έμφαση στην παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών και στη διατήρηση θετικών σχέσεων με το πελατολόγιό του. Πιστεύουν στην υιοθέτηση μιας προσέγγισης χωρίς αποκλεισμούς και με

σεβασμό, απευθυνόμενοι σε πελάτες όλων των ηλικιακών ομάδων. Όταν έρχονται αντιμέτωποι με αρνητικές αλληλεπιδράσεις, ανταποκρίνονται με χάρη, εκφράζοντας ευγνωμοσύνη και προσφέροντας ευχές. Δίνοντας προτεραιότητα στην ικανοποίηση των πελατών και την καλλιέργεια θετικών σχέσεων, στοχεύουν να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους.

Παραμένουν ενήμεροι για τις τάσεις της αγοράς: Για να παραμείνει μπροστά από το παιχνίδι, ο μεταπωλητής παραμένει καλά ενημερωμένος για τις επερχόμενες κυκλοφορίες αθλητικών υποδημάτων και τις τάσεις της αγοράς. Παρακολουθούν ενεργά ιστολόγια και άλλες διαδικτυακές πηγές που είναι αφιερωμένες στην αναφορά των τελευταίων εξελίξεων στη βιομηχανία αθλητικών υποδημάτων. Αυτή η δέσμευση για συνεχή ενημέρωση τους επιτρέπει να προβλέπουν τη ζήτηση της αγοράς, να εντοπίζουν τις αναδυόμενες τάσεις και να ευθυγραμμίζουν ανάλογα τα αποθέματά τους.

Προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς: Αναγνωρίζοντας τη δυναμική φύση της αγοράς, ο μεταπωλητής κατανοεί τη σημασία της προσαρμογής στις αλλαγές και τις εξελισσόμενες τάσεις. Παρακολουθούν προληπτικά τις αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών και προσαρμόζουν ανάλογα τις στρατηγικές προμήθειας και αποθεμάτων τους. Παραμένοντας ευέλικτοι και ανταποκρινόμενοι στις διακυμάνσεις της αγοράς, διασφαλίζουν ότι μπορούν να ανταποκριθούν στις διαρκώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της πελατειακής τους βάσης.

Μοναδική πρόταση πώλησης: Ο μεταπωλητής πιστεύει ότι η μοναδική τους προσέγγιση στην εξυπηρέτηση των πελατών τους διαφοροποιεί από τους άλλους παίκτες της αγοράς. Η δέσμευσή τους να παρέχουν εξαιρετικές υπηρεσίες, σε συνδυασμό με την ακλόνητη αφοσίωση στην ικανοποίηση των πελατών, δημιουργεί μια ξεχωριστή πρόταση πώλησης. Δίνοντας προτεραιότητα στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών τους, στοχεύουν στην ενίσχυση της μακροπρόθεσμης πίστης και στην καθιέρωσή τους ως αξιόπιστου μεταπωλητή.

Μελλοντικές προοπτικές και φιλοδοξίες: Ο μεταπωλητής εκφράζει τις μελλοντικές του προοπτικές και φιλοδοξίες, δηλώνοντας ότι πιστεύει στη συνέχιση της ενασχόλησής του με τη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων. Εκφράζουν την απόλυτη ευχαρίστηση και άνεση που τους προσφέρει το επάγγελμα, ικανοποιώντας τους τόσο οικονομικά όσο και προσωπικά. Φιλοδοξούν να διατηρήσουν το δικό τους φυσικό κατάστημα στο μέλλον και να συνεχίσουν να προσφέρουν νέα προϊόντα παράλληλα με σχολαστική εξυπηρέτηση και αυθεντικά είδη.

Sole Meister

Ιστορικό και εμπειρία: Sole Meister έχει προϋπηρεσία ως πωλητής σε κατάστημα υποδημάτων. Ο μεταπωλητής εισήχθη στη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων από έναν πελάτη ο οποίος ανέφερε το πιθανό κέρδος στην αγορά. Ξεκίνησαν το ταξίδι τους ερευνώντας και μαθαίνοντας περισσότερα για τον κλάδο, συμπεριλαμβανομένης της παρακολούθησης βίντεο στο YouTube σχετικά με τη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων. Αυτή η αρχική έκθεση και η περιέργεια τους παρακίνησε να εμβαθύνουν περισσότερο στον τομέα.

Απόκτηση αθλητικών υποδημάτων: Η Sole Meister χρησιμοποιεί διάφορες μεθόδους για την απόκτηση αθλητικών υποδημάτων προς μεταπώληση. Συμμετέχουν σε κληρώσεις εταιρειών υποδημάτων, τόσο στο διαδίκτυο όσο και σε φυσικά καταστήματα, επιτρέποντάς τους την πρόσβαση σε περιορισμένες κυκλοφορίες και αποκλειστικά μοντέλα. Αυτή η προληπτική προσέγγιση διασφαλίζει ότι μπορούν να αποκτήσουν πολύ περιζήτητα αθλητικά υποδήματα απευθείας από εξουσιοδοτημένους λιανοπωλητές ή επίσημα καταστήματα.

Καθορισμός τιμής και αξίας: Ο μεταπωλητής χρησιμοποιεί πλατφόρμες όπως το StockX για τον καθορισμό της τιμής των αθλητικών υποδημάτων με βάση παράγοντες όπως η σπανιότητα, η ζήτηση και οι τάσεις της αγοράς. Αξιολογώντας την ποσότητα των κυκλοφοριών και τη σπανιότητα ορισμένων μοντέλων, είναι σε θέση να καθορίζουν τις κατάλληλες τιμές για το απόθεμά τους. Αυτές οι αποφάσεις τιμολόγησης επηρεάζονται από την αγοραία αξία που υποδεικνύεται στο StockX και σε άλλες παρόμοιες πλατφόρμες.

Επαλήθευση αυθεντικότητας: Η Sole Meister δίνει προτεραιότητα στην αυθεντικότητα των αθλητικών υποδημάτων που πωλεί. Αγοράζουν αυστηρά από εξουσιοδοτημένους λιανοπωλητές ή αξιόπιστους μεταπωλητές εντός του δικτύου τους. Αυτό διασφαλίζει ότι τα αθλητικά υποδήματα που αποκτούν είναι γνήσια και ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των πελατών τους.

Προκλήσεις και υπέρβαση των εμποδίων: Αρχικά, η οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τους πελάτες αποτέλεσε σημαντική πρόκληση για τη Sole Meister. Για να ξεπεράσουν αυτό το εμπόδιο, συνεργάστηκαν με influencers μέσω δώρων και διαγωνισμών, κερδίζοντας την εμπιστοσύνη και την αφοσίωση του κοινού τους. Αυτές οι προσπάθειες βοήθησαν στην εδραίωση της αξιοπιστίας τους και στην εδραίωση της φήμης τους ως αξιόπιστου μεταπωλητή.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Η Sole Meister έχει επιτύχει αξιοσημείωτες πωλήσεις στην πορεία της ως μεταπωλητής. Μία από τις σημαντικότερες πωλήσεις περιλαμβάνει το Jordan 4 Military Black, το οποίο πωλήθηκε για 500 ευρώ. Αυτές οι επιτυχημένες πωλήσεις αναδεικνύουν την ικανότητά τους να εξασφαλίζουν αθλητικά υποδήματα με μεγάλη ζήτηση και να δημιουργούν κερδοφόρες συναλλαγές.

Εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση σχέσεων: Η Sole Meister δίνει προτεραιότητα στην παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών για τη διατήρηση θετικών σχέσεων με τους πελάτες της. Πιστεύουν στην προσφορά άμεσων απαντήσεων, γρήγορης βοήθειας και ευγενικής συμπεριφοράς. Η δέσμευσή τους στον επαγγελματισμό, την ευγένεια και την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών τους κάνει να ξεχωρίζουν στην αγορά.

Παραμένουν ενήμεροι για τις τάσεις της αγοράς: Για να παραμένει ενήμερη για τη διαρκώς μεταβαλλόμενη αγορά αθλητικών υποδημάτων, η Sole Meister χρησιμοποιεί ενεργά διαδικτυακούς πόρους, όπως ιστότοπους και πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.

Ακολουθώντας αυτές τις πηγές, παραμένουν ενήμεροι για τις τελευταίες τάσεις, κυκλοφορίες και εξελίξεις στον κλάδο. Αυτή η γνώση τους επιτρέπει να προβλέπουν τις απαιτήσεις των πελατών και να προσαρμόζουν ανάλογα τα αποθέματά τους.

Προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς: Η Sole Meister αναγνωρίζει τη σημασία της προσαρμογής στις αλλαγές της αγοράς και στις εξελισσόμενες τάσεις. Δίνουν προτεραιότητα στη συνεχή εκπαίδευση και παραμένουν δεκτικοί στις προτιμήσεις των πελατών.

Ευθυγραμμίζοντας το απόθεμά τους με τις απαιτήσεις των πελατών, διασφαλίζουν ότι οι προσφορές τους είναι ελκυστικές και ανταποκρίνονται στις εξελισσόμενες ανάγκες της αγοράς-στόχου τους.

Μοναδική πρόταση πώλησης: Η μοναδική πρόταση πώλησης της Sole Meister έγκειται στη δέσμευσή τους να παρέχουν άριστη εξυπηρέτηση πελατών, παράλληλα με την αφοσίωσή τους στον επαγγελματισμό και την αυθεντικότητα. Αυτές οι ιδιότητες τους διαφοροποιούν από τους ανταγωνιστές και προσελκύουν πελάτες που εκτιμούν μια θετική αγοραστική εμπειρία.

Μελλοντικές προοπτικές και φιλοδοξίες: Όσον αφορά το μέλλον, η Sole Meister αναγνωρίζει ότι η αγορά αθλητικών υποδημάτων μπορεί να αντιμετωπίσει προκλήσεις λόγω της αυξημένης παραγωγής από εταιρείες που ακολουθούν την εποχή μετά το COVID. Πιστεύουν ότι η μοναδικότητα και η αξία μεταπώλησης των αθλητικών υποδημάτων μπορεί σταδιακά

να μειωθούν. Παρόλα αυτά, παραμένουν επικεντρωμένοι στην παροχή εξαιρετικών υπηρεσιών, στη δημιουργία ισχυρών σχέσεων και στην προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς, ώστε να διατηρήσουν την επιτυχία τους ως μεταπωλητές.

Συνοψίζοντας, το υπόβαθρο της Sole Meister ως πωλητή, η προληπτική προσέγγιση για την απόκτηση αθλητικών υποδημάτων, η αξιοποίηση των τάσεων της αγοράς και των πλατφορμών τιμολόγησης, η έμφαση στην αυθεντικότητα, η πελατοκεντρική προσέγγιση και η δέσμευση για συνεχή μάθηση συμβάλλουν στην εξειδίκευσή τους ως μεταπωλητές αθλητικών υποδημάτων.

Μεταπωλητής 1

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής 1 ξεκίνησε το ταξίδι του στη διαδικτυακή μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων ως ένα μέσο για να αποκτήσει πρόσθετο εισόδημα παράλληλα με το κύριο επάγγελμά του. Με ελάχιστη προηγούμενη εμπειρία, ξεκίνησαν εξερευνώντας τις επίσημες ιστοσελίδες εταιρειών υποδημάτων και αργότερα συμμετείχαν σε διαδικτυακές κληρώσεις που διεξήχθησαν μέσω του διαδικτύου.

Προμήθεια αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής 1 προμηθεύεται κατά κύριο λόγο αθλητικά υποδήματα μέσω επίσημων ιστότοπων εταιρειών και περιστασιακά συνεργάζεται με γνωστές προσωπικότητες όπως ο Travis Scott. Η ποσότητα των αθλητικών υποδημάτων που κυκλοφορούν και ο αριθμός των ετών από την τελευταία κυκλοφορία τους παίζουν συχνά ρόλο στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Καθορισμός τιμών και αξίας: Ο μεταπωλητής 1 βασίζεται σε εξειδικευμένες εφαρμογές που παρέχουν επαλήθευση της αυθεντικότητας όταν προμηθεύεται αθλητικά υποδήματα από άλλους μεταπωλητές. Ζητούν επίσης απόδειξη αγοράς όταν αγοράζουν από εναλλακτικούς πωλητές. Ο καθορισμός της τιμής εξαρτάται από παράγοντες όπως η σπανιότητα, η ζήτηση και οι τρέχουσες τάσεις της αγοράς.

Εξασφάλιση της αυθεντικότητας: Ο μεταπωλητής 1 αναγνωρίζει την παρουσία απατεώνων στον κλάδο. Για να το μετριάσει αυτό, αγοράζει μόνο από αξιόπιστους πωλητές για να διασφαλίσει τη γνησιότητα των αθλητικών υποδημάτων. Ζητούν επίσης πιστοποιητικά γνησιότητας και τηρούν αρχεία των αγορών τους.

Αντιμετώπιση των προκλήσεων: Ο μεταπωλητής 1 υπογραμμίζει τη σημασία της προσοχής και της αγοράς μόνο από αξιόπιστους πωλητές για να μην πέσει θύμα απάτης. Προσπαθούν ενεργά να δημιουργήσουν αξιοπιστία και να διατηρήσουν τη φήμη τους στην αγορά.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Ο μεταπωλητής 1 είχε αξιοσημείωτες πωλήσεις, μεταξύ των οποίων ένα ζευγάρι αθλητικών υποδημάτων Jordan 4 Fire Red που πωλήθηκε για 420 ευρώ. Αυτό αποδεικνύει την ικανότητά τους να εξασφαλίζουν περιζήτητα αθλητικά υποδήματα και να πραγματοποιούν σημαντικές πωλήσεις.

Εξυπηρέτηση και ικανοποίηση πελατών: Ο μεταπωλητής 1 πιστεύει στη διατήρηση μιας θετικής και επικοινωνιακής προσέγγισης. Είναι εξαιρετικοί στη διαφήμιση και την αποτελεσματική προώθηση των προϊόντων που πωλούν, εξασφαλίζοντας την ικανοποίηση των πελατών.

Τάσεις της αγοράς και προσαρμογή: Ο μεταπωλητής 1 ενημερώνεται διαρκώς για τις τάσεις της αγοράς, συμβουλευόμενος τακτικά αξιόπιστους ιστότοπους και παραμένοντας ενήμερος για τις τελευταίες εξελίξεις στον κλάδο. Προσαρμόζουν τις στρατηγικές τους με βάση τις απαιτήσεις της αγοράς και ενημερώνουν συνεχώς τις γνώσεις τους.

Μελλοντικές προοπτικές: Ο μεταπωλητής 1 προβλέπει ότι το μέλλον της μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων εξαρτάται από την κυκλοφορία νέων αθλητικών υποδημάτων και τη σπανιότητά τους. Στα επόμενα πέντε χρόνια, φιλοδοξούν να ανοίξουν το δικό τους κατάστημα και να καθιερώσουν το εμπορικό τους σήμα στην αγορά.

Μεταπωλητής 2

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής 2 επιχείρησε να ασχοληθεί με τη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων για να συμπληρώσει το κύριο εισόδημά του, παρά το γεγονός ότι δεν είχε προηγούμενη εμπειρία στον τομέα. Χρησιμοποιούν αυτοματοποιημένα προγράμματα αγοράς ή συμμετέχουν σε ομάδες επί πληρωμή για να βοηθήσουν στην προσπάθειά τους για μεταπώληση.

Προμήθεια αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής 2 βασίζεται σε ένα μείγμα διαδικτυακών εφαρμογών και του Instagram για την προμήθεια αθλητικών υποδημάτων. Συμμετέχουν σε διαδικτυακές ομάδες και κοινότητες, εξασφαλίζοντας πρόσβαση σε αποκλειστικές κυκλοφορίες και αθλητικά υποδήματα περιορισμένης έκδοσης. Επιπλέον, συνεργάζονται με γνωστούς μεταπωλητές και καθιερωμένες επαφές για την απόκτηση μοναδικών προϊόντων.

Τιμολόγηση και καθορισμός της αξίας: Ο μεταπωλητής 2 προσαρμόζει την τιμολόγησή του με βάση τον συγκεκριμένο πελάτη στον οποίο πουλάει. Χρεώνουν υψηλότερες τιμές όταν πωλούν σε γνωστούς πελάτες, ενώ η αρχική τους πελατειακή βάση προσελκύστηκε μέσω δώρων. Έχουν δημιουργήσει με επιτυχία ένα σταθερό πελατολόγιο.

Διασφάλιση της αυθεντικότητας: Ο μεταπωλητής 2 δίνει σημαντική έμφαση στην πώληση μόνο γνήσιων προϊόντων. Για να διασφαλίσουν τη γνησιότητα, χρησιμοποιούν έναν αξιόπιστο συνεργάτη που επαληθεύει τη νομιμότητα των αθλητικών υποδημάτων που αγοράζουν. Επιπλέον, δημιουργούν μια λεπτομερή ιστοσελίδα που περιγράφει τις τιμές και τα προϊόντα, απλοποιώντας τη διαδικασία αγοράς για τους πελάτες.

Ξεπερνώντας τις προκλήσεις: Ο μεταπωλητής 2 αντιμετώπισε αρχικά προκλήσεις λόγω της περιορισμένης πελατειακής του βάσης. Ωστόσο, το αντιμετώπισαν αυτό προσφέροντας σπάνια και δυσεύρετα αθλητικά υποδήματα, ξεχωρίζοντας από τους άλλους μεταπωλητές. Η αφοσίωσή τους στην εξαιρετική εξυπηρέτηση των πελατών τους βοήθησε επίσης να εδραιώσουν την εμπιστοσύνη.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Ενώ ο μεταπωλητής 2 δεν αναφέρει πληθώρα αξιοσημείωτων πωλήσεων, επισημαίνει μια επιτυχημένη πώληση ενός ζευγαριού λευκών αθλητικών υποδημάτων Nike TN έναντι 210 ευρώ.

Εξυπηρέτηση και ικανοποίηση πελατών: Ο μεταπωλητής 2 διαφοροποιείται παρέχοντας μια καλά συντηρημένη ιστοσελίδα που εμφανίζει λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις τιμές και τα προϊόντα. Αυτή η προσέγγιση μειώνει τα περιττά μηνύματα από τους δυνητικούς πελάτες και ενισχύει την ικανοποίηση των πελατών.

Τάσεις της αγοράς και προσαρμογή: Ο μεταπωλητής 2 προσαρμόζει τις στρατηγικές απογραφής και αγοράς του ώστε να ευθυγραμμίζεται με τις τρέχουσες τάσεις της αγοράς. Παρακολουθούν συνεχώς τις διαδικτυακές πλατφόρμες, ακολουθούν αξιόπιστες πηγές και παραμένουν ενεργά ενεργοί στις κοινότητες αθλητικών υποδημάτων για να παραμένουν ενήμεροι.

Μελλοντικές προοπτικές: Ο μεταπωλητής 2 σχεδιάζει να επεκτείνει την πελατειακή του βάση, να διαφοροποιήσει τις προσφορές προϊόντων του και να συνεχίσει να δίνει προτεραιότητα στην εξαιρετική εξυπηρέτηση πελατών. Η δέσμευσή τους για αυθεντικότητα και ευελιξία τους τοποθετεί για να ευδοκιμήσουν στη συνεχώς εξελισσόμενη βιομηχανία μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων.

Μεταπωλητής 3

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής 3 ανακάλυψε τη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων μέσω φίλων και ανέπτυξε πάθος γι' αυτήν. Ξεκίνησαν ενεργά το ταξίδι τους στη μεταπώληση το 2020, παρακινούμενοι από την αγάπη τους για τα αθλητικά υποδήματα.

Προμήθεια αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής 3 συμμετέχει σε διαδικτυακές κληρώσεις, εμπλέκεται με προγράμματα αυτοματοποιημένων αγορών και επισκέπτεται επίσημα καταστήματα για να προμηθευτεί αθλητικά υποδήματα. Παρακολουθούν επίσης διάφορες πλατφόρμες για να παρακολουθούν τις πρόσφατες πωλήσεις και να εντοπίζουν πιθανές ευκαιρίες.

Καθορισμός τιμών και αξίας: Ο μεταπωλητής 3 καθορίζει τις τιμές με βάση τα δεδομένα πρόσφατων πωλήσεων από διάφορες πλατφόρμες και λαμβάνει υπόψη παράγοντες όπως η ζήτηση, η σπανιότητα και το κόστος απόκτησης. Στόχος τους είναι να καθορίζουν ανταγωνιστικές τιμές, διασφαλίζοντας παράλληλα την κερδοφορία.

Διασφάλιση της αυθεντικότητας: Για να αντιμετωπίσει τις ανησυχίες σχετικά με τα πλαστά προϊόντα, ο μεταπωλητής 3 αποφεύγει τις αγορές από μη πιστοποιημένους λιανοπωλητές. Χρησιμοποιεί μεθόδους όπως ο έλεγχος των αποδείξεων αγοράς, η διενέργεια προσωπικών επιθεωρήσεων και η χρήση εφαρμογών ελέγχου γνησιότητας για να επαληθεύει τη γνησιότητα των αθλητικών υποδημάτων που πωλεί.

Αντιμέτωπιση των προκλήσεων: Ο μεταπωλητής 3 είχε αρχικά άγχος για την αγορά πλαστών αθλητικών υποδημάτων, αλλά το ξεπέρασε αυτό αγοράζοντας μόνο από αξιόπιστους μεταπωλητές και πραγματοποιώντας τους δικούς του ελέγχους γνησιότητας. Δίνουν προτεραιότητα στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τους αγοραστές.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Ο μεταπωλητής 3 επισημαίνει την πώληση δύο αθλητικών υποδημάτων Adidas Yeezy 350 Turtle Dove για 1.200 ευρώ το καθένα. Η μοναδικότητα και η σπανιότητα αυτών των αθλητικών υποδημάτων συνέβαλαν στην επιτυχία τους, ιδιαίτερα σε μια περίοδο υψηλού ενδιαφέροντος του κοινού.

Εξυπηρέτηση και ικανοποίηση πελατών: Ο μεταπωλητής 3 διατηρεί πάντα ευγενική και επαγγελματική στάση απέναντι στους αγοραστές. Προσπαθούν να εκπληρώνουν τις δεσμεύσεις τους, όπως η τήρηση των καθορισμένων χρονοδιαγραμμάτων αποστολής, εκτός αν προκύψουν απρόβλεπτες περιστάσεις.

Μάρκετινγκ και προώθηση: Ο μεταπωλητής 3 χρησιμοποιεί διαδικτυακές πλατφόρμες, ιδίως το Instagram, για να προωθήσει τα αθλητικά υποδήματα του και να προσεγγίσει πιθανούς αγοραστές. Βασίζονται στη δέσμευση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στην ανάρτηση ενημερώσεων σχετικά με τις νέες κυκλοφορίες και στη δημιουργία παρουσίας στην κοινότητα των αθλητικών υποδημάτων.

Προσαρμογή και τάσεις της αγοράς: Ο μεταπωλητής 3 δεν αισθάνεται την ανάγκη να προσαρμόζει συχνά τις στρατηγικές του, καθώς πωλεί κυρίως σε γνωστούς πελάτες και χρησιμοποιεί προσωπικά δίκτυα. Επικεντρώνονται στην παροχή των αθλητικών υποδημάτων που έχουν ζήτηση κατά τη διάρκεια συγκεκριμένων περιόδων, ευθυγραμμιζόμενοι με τις προτιμήσεις των πελατών.

Οικοδόμηση εμπιστοσύνης: Ο μεταπωλητής 3 πιστεύει ότι είναι αξιόπιστος λόγω της δέσμευσής του να παρέχει όλες τις απαραίτητες αποδείξεις γνησιότητας και να ικανοποιεί τα αιτήματα των αγοραστών για πρόσθετες φωτογραφίες ή πληροφορίες.

Μελλοντικές προοπτικές: Ο μεταπωλητής 3 αναμένει αύξηση της ζήτησης για αθλητικά υποδήματα, αλλά αναγνωρίζει επίσης τον πιθανό αντίκτυπο του αυξανόμενου ανταγωνισμού. Είναι ικανοποιημένοι με την τρέχουσα κατάστασή τους και δεν αισθάνονται την ανάγκη για σημαντικές αλλαγές. Το πάθος τους για τα αθλητικά υποδήματα και η εμπιστοσύνη στις πωλήσεις τους θα συνεχίσουν να τους οδηγούν προς τα εμπρός.

Μεταπωλητής 4

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής 4 είχε προηγούμενες γνώσεις σχετικά με τη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων και είχε ήδη πάθος για τα αθλητικά υποδήματα. Συμμετείχαν ενεργά στην αγορά μεταπώλησης το 2020.

Προμήθεια αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής 4 συμμετέχει σε κληρώσεις, αυτοματοποιημένα προγράμματα αγορών, επισκέπτεται επίσημα καταστήματα και χρησιμοποιεί ιστότοπους εταιρειών υποδημάτων για να προμηθεύεται αθλητικά υποδήματα για μεταπώληση.

Καθορισμός τιμών και αξίας: Οι τιμές που καθορίζει ο μεταπωλητής 4 βασίζονται στην αγοραία αξία που παρατηρείται στις πλατφόρμες μεταπώλησης, λαμβάνοντας υπόψη τα έξοδα που πραγματοποιούνται για την απόκτηση των αθλητικών υποδημάτων και τη ζήτηση για συγκεκριμένα μοντέλα.

Διασφάλιση της αυθεντικότητας: Ο μεταπωλητής 4 είναι προσεκτικός στην αγορά αθλητικών υποδημάτων μόνο από πιστοποιημένους και αξιόπιστους λιανοπωλητές, αποφεύγοντας τους μη πιστοποιημένους πωλητές για να διασφαλίσει τη γνησιότητα και την ποιότητα.

Αντιμετώπιση των προκλήσεων: Ο μεταπωλητής 4 αναγνωρίζει τον ανταγωνισμό ως τη μεγαλύτερη πρόκληση στην αγορά μεταπώλησης, ιδίως από ιδιώτες που πωλούν αθλητικά

υποδήματα σε χαμηλότερες τιμές. Ωστόσο, προσπαθεί να ξεπεράσει αυτή την πρόκληση προσφέροντας ανταγωνιστικές τιμές, διατηρώντας παράλληλα την κερδοφορία.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Μια πρόσφατη επιτυχημένη πώληση που πραγματοποιήσε ο μεταπωλητής 4 ήταν τα αθλητικά υποδήματα Jordan 2 A la manière, τα οποία πωλήθηκαν για 270 ευρώ. Ο αγοραστής αυτής της συναλλαγής έχει παραμείνει σε επαφή και έχουν αναπτύξει φιλική σχέση.

Εξυπηρέτηση και ικανοποίηση πελατών: Ο μεταπωλητής 4 διατηρεί μια θετική και ουδέτερη στάση κατά την αλληλεπίδραση με τους αγοραστές, με στόχο την αποφυγή προσβολών και τη διατήρηση ενός επαγγελματικού χαρακτήρα καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας συναλλαγής.

Μάρκετινγκ και προώθηση: Ο μεταπωλητής 4 χρησιμοποιεί κυρίως το Instagram ως πλατφόρμα για την εμπορία των αθλητικών υποδημάτων του. Βασίζονται σε αυτή την πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης για να προσεγγίσουν δυνητικούς πελάτες και να παρουσιάσουν το απόθεμά τους.

Προσαρμογή και τάσεις της αγοράς: Δεδομένου ότι ο μεταπωλητής 4 πωλεί κυρίως σε γνωστούς και δεν διαθέτει ειδική σελίδα για πωλήσεις, δεν χρειάζεται να προσαρμόζει συχνά τις στρατηγικές του. Επικεντρώνονται στην ικανοποίηση των συγκεκριμένων απαιτήσεων των πελατών τους κατά τη διάρκεια συγκεκριμένων περιόδων.

Διατήρηση της κουλτούρας των αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής 4 πωλεί κυρίως σε γνωστά άτομα και μέσω αγγελιών για να διατηρήσει την κουλτούρα της συλλογής αθλητικών υποδημάτων. Δίνουν προτεραιότητα στη διατήρηση του πνεύματος και της ουσίας των αθλητικών υποδημάτων παρά στη μετατροπή τους σε μια αποκλειστικά εμπορική προσπάθεια.

Μελλοντικές προοπτικές: Ο μεταπωλητής 4 αναγνωρίζει ότι η αγορά θα υποστεί αλλαγές και δεν αναμένεται να παραμείνει η ίδια. Ωστόσο, πιστεύουν ότι τα σπάνια και συλλεκτικά αθλητικά υποδήματα θα διατηρούν πάντα την αξία τους και θα συνεχίσουν να μεταπωλούν αθλητικά υποδήματα ως χόμπι, ακολουθώντας παράλληλα την επιθυμητή επαγγελματική τους πορεία. Σε πέντε χρόνια, οραματίζονται τον εαυτό τους να εργάζεται στον τομέα που επιθυμεί, ενώ εξακολουθούν να ασχολούνται με τη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων ως παράλληλη επιχείρηση.

Μεταπωλητής 5

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής 5 ξεκίνησε το ταξίδι του στη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων αγοράζοντας ένα ζευγάρι αθλητικά υποδήματα Ralph Simons κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού στην Ιταλία.

Προμήθεια αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής 5 συμμετέχει σε διαδικτυακές κληρώσεις και επισκέπτεται επίσημα καταστήματα μεταπωλητών ή εμπόρους λιανικής πώλησης εμπορικών σημάτων για να προμηθευτεί αθλητικά υποδήματα για μεταπώληση.

Καθορισμός τιμών και αξίας: Ο μεταπωλητής 5 καθορίζει τις τιμές του ανατρέχοντας σε πλατφόρμες μεταπώλησης ή συγκρίνοντας τιμές από άλλους μεταπωλητές για να διασφαλίσει ανταγωνιστικές τιμές.

Εξασφάλιση αυθεντικότητας: Ο μεταπωλητής 5 επαληθεύει τη γνησιότητα των αθλητικών υποδημάτων μέσω αποδείξεων αγοράς, προσωπικής εμπειρίας και χρησιμοποιώντας εφαρμογές που παρέχουν πιστοποίηση γνησιότητας.

Αντιμετώπιση των προκλήσεων: Ο μεταπωλητής 5 δηλώνει ότι δεν υπήρξαν σημαντικές προκλήσεις, καθώς ακολουθούν το πάθος τους και απολαμβάνουν αυτό που κάνουν.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Οι δύο πρώτες επιτυχημένες πωλήσεις του μεταπωλητή 5 συνέπεσαν με την ανακοίνωση των αποτελεσμάτων μιας εθνικής εξέτασης.

Εξυπηρέτηση και ικανοποίηση πελατών: Ο μεταπωλητής 5 δίνει προτεραιότητα στην παροχή εξυπηρέτησης πελατών που θα εκτιμούσαν και οι ίδιοι, εξασφαλίζοντας την ικανοποίηση των πελατών καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας συναλλαγής.

Μάρκετινγκ και προώθηση: Ο μεταπωλητής 5 χρησιμοποιεί βίντεο στο YouTube και λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την τακτική ενημέρωση των οπαδών σχετικά με τις κυκλοφορίες αθλητικών υποδημάτων και τις τάσεις της αγοράς.

Προσαρμογή και τάσεις της αγοράς: Ο μεταπωλητής 5 βρίσκει εύκολο να προσαρμόζει τα αθλητικά υποδήματα που πωλεί με βάση τις τάσεις της μόδας, αλλά πιστεύει ότι μπορεί να είναι πρόκληση να τα ευθυγραμμίζει με το προσωπικό του στυλ και τις προτιμήσεις του.

Οικοδόμηση εμπιστοσύνης: Ο μεταπωλητής 5 πιστεύει ότι μπορεί να εδραιώσει την εμπιστοσύνη των πελατών μέσω των ενεργειών και των αλληλεπιδράσεών του, στοχεύοντας στην παροχή θετικής εμπειρίας και αξιόπιστων υπηρεσιών.

Μελλοντικές προοπτικές: Ο μεταπωλητής 5 είναι αβέβαιος για τη μακροζωία της τρέχουσας φάσης της μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Ωστόσο, εκφράζουν την πρόθεσή τους να

συνεχίσουν τη μεταπώληση ως χόμπι λόγω της αγάπης και του πάθους τους για τα αθλητικά υποδήματα. Σε πέντε χρόνια, οραματίζονται τον εαυτό τους να εργάζεται στο επάγγελμα που επιθυμεί, συνεχίζοντας να το συνδυάζει με τον ρόλο του μεταπωλητή αθλητικών υποδημάτων.

Μεταπωλητής 6

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής 6 ανέπτυξε έντονο ενδιαφέρον για τα αθλητικά υποδήματα ως συλλέκτης, γεγονός που τους οδήγησε στο να ξεκινήσουν το ταξίδι της μεταπώλησης.

Προμήθεια αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής 6 αγοράζει κυρίως αθλητικά υποδήματα από επίσημους μεταπωλητές και εμπόρους λιανικής πώλησης εμπορικών σημάτων.

Τιμολόγηση και καθορισμός της αξίας: Ο μεταπωλητής 6 λαμβάνει υπόψη του τη δυναμική της προσφοράς και της ζήτησης, καθώς και τη διαθεσιμότητα στην αγορά, όταν καθορίζει την τιμολόγηση των αθλητικών υποδημάτων του. Διαθέτει επίσης τις απαραίτητες γνώσεις για να πιστοποιεί μόνος του την αυθεντικότητα των αθλητικών υποδημάτων.

Διασφάλιση της αυθεντικότητας: Ο μεταπωλητής 6 διαθέτει την τεχνογνωσία για να επαληθεύει τη γνησιότητα των αθλητικών υποδημάτων ανεξάρτητα, βασιζόμενος στις γνώσεις και την εμπειρία του ως συλλέκτης.

Αντιμετώπιση των προκλήσεων: Ο μεταπωλητής 6 δεν αντιμετώπισε σημαντικές προκλήσεις στην προσπάθειά του για μεταπώληση, καθώς το πάθος του για τα αθλητικά υποδήματα και η υπάρχουσα φήμη του στην κοινότητα των συλλεκτών παρείχαν μια σταθερή βάση.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Η αξιοσημείωτη πώληση του μεταπωλητή 6 περιλαμβάνει τα αθλητικά υποδήματα Nike Uptempo 96 USA, τα οποία πωλήθηκαν για 350 ευρώ.

Εξυπηρέτηση πελατών και ικανοποίηση: Ο μεταπωλητής 6 θέτει ως προτεραιότητα την παροχή ευγενικής και ευέλικτης εξυπηρέτησης πελατών για να διασφαλίσει την ικανοποίηση των πελατών.

Μάρκετινγκ και προώθηση: Ο μεταπωλητής 6 ενημερώνεται για τις κυκλοφορίες αθλητικών υποδημάτων και τις τάσεις της αγοράς κυρίως μέσω του Instagram και του διαδικτύου.

Προσαρμογή και τάσεις της αγοράς: Ο μεταπωλητής 6, όντας τόσο συλλέκτης όσο και μεταπωλητής, βρίσκει εύκολο να προσαρμόζεται στις τάσεις της αγοράς και να ευθυγραμμίζει τη στρατηγική συλλογής και μεταπώλησης αναλόγως για τη μεγιστοποίηση των κερδών.

Οικοδόμηση εμπιστοσύνης: Ο μεταπωλητής 6 πιστεύει ότι οι διαφορές μεταξύ των μεταπωλητών έγκεινται κυρίως στις ατομικές επιλογές αποθεμάτων και τιμών. Η εμπιστοσύνη μπορεί να εδραιωθεί μέσω διαφανών και δίκαιων συναλλαγών.

Μελλοντικές προοπτικές: Ως συλλέκτης, ο μεταπωλητής 6 οραματίζεται να επεκτείνει τη συλλογή του με αθλητικά υποδήματα και να αποκτήσει τα χαμένα ζευγάρια που επιθυμεί. Όσον αφορά την αγορά μεταπώλησης στην Ελλάδα, προβλέπουν το άνοιγμα ειδικών καταστημάτων μεταπώλησης όπου οι συλλέκτες θα μπορούν να αγοράζουν αποκλειστικά αθλητικά υποδήματα.

Μεταπωλητής 7

Ιστορικό και εμπειρία: Ο μεταπωλητής 7 ξεκίνησε το ταξίδι της μεταπώλησης μέσω Instagram και δεν είχε προηγούμενη εμπειρία στον τομέα.

Προμήθεια αθλητικών υποδημάτων: Ο μεταπωλητής 7 χρησιμοποιεί τόσο πλατφόρμες μεταπώλησης όσο και αγορές από καταστήματα λιανικής για να προμηθεύεται αθλητικά υποδήματα.

Τιμολόγηση και καθορισμός της αξίας: Ο μεταπωλητής 7 μελετά τις τιμές στις πλατφόρμες μεταπώλησης και προσαρμόζει ανάλογα την τιμολόγησή του με βάση τις τάσεις της αγοράς.

Εξασφάλιση της αυθεντικότητας: Ο μεταπωλητής 7 βασίζεται σε εφαρμογές πιστοποίησης και πλατφόρμες μεταπώλησης που προσφέρουν υπηρεσίες πιστοποίησης για την επαλήθευση της γνησιότητας των αθλητικών υποδημάτων που πωλούν.

Αντιμέτωπιση των προκλήσεων: Αρχικά, ο μεταπωλητής 7 βρήκε δύσκολο να διακρίνει τα αντίγραφα και να ανταγωνιστεί τους πωλητές που προσφέρουν χαμηλές τιμές. Ωστόσο, κατάφερε να ξεπεράσει αυτά τα εμπόδια.

Αξιοσημείωτες πωλήσεις: Ο μεταπωλητής 7 είχε μια αξιοσημείωτη πώληση των αθλητικών υποδημάτων Jordan 1 Chicago Reimagined, τα οποία πωλήθηκαν για 395 ευρώ.

Εξυπηρέτηση και ικανοποίηση πελατών: Ο μεταπωλητής 7 μοιράζεται φωτογραφίες στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, πιστοποιεί επιτυχείς παραδόσεις πακέτων και διαβεβαιώνει τους πελάτες ότι το προϊόν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους.

Μάρκετινγκ και προώθηση: Ο μεταπωλητής 7 προωθεί τα αθλητικά υποδήματα του, κοινοποιώντας φωτογραφίες σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και εξασφαλίζοντας θετική εμπειρία για τους πελάτες.

Πηγές πληροφόρησης: Ο μεταπωλητής 7 συλλέγει πληροφορίες σχετικά με τις κυκλοφορίες και τις τάσεις των αθλητικών υποδημάτων κυρίως από τις πλατφόρμες μεταπώλησης και το Instagram.

Προσαρμογή και τάσεις της αγοράς: Ο μεταπωλητής 7 επικεντρώνεται στην πώληση μεταχειρισμένων αθλητικών υποδημάτων, γεγονός που του επιτρέπει να προσαρμόζεται εύκολα στις τάσεις της αγοράς και να ανταποκρίνεται στις προτιμήσεις των συλλεκτών.

Διαφοροποίηση και ανταγωνισμός: Ο μεταπωλητής 7 υπογραμμίζει την ικανότητά του να δραστηριοποιείται όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και στις Ηνωμένες Πολιτείες, γεγονός που παρέχει πρόσβαση σε μια μεγαλύτερη αγορά και ευκαιρίες για την προμήθεια μοναδικών sneakers.

Μελλοντικές προοπτικές: Ο μεταπωλητής 7 αναμένει μείωση στην αγορά μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων λόγω παραγόντων όπως τα αντίγραφα, ο κορεσμός της αγοράς και οι οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19, οι οποίες ενδέχεται να επηρεάσουν τις δαπάνες των ανθρώπων για τέτοιου είδους δραστηριότητες.

Κεφάλαιο 5 Συμπεράσματα- Συζήτηση.

5.1 Συμπεράσματα.

Ο κλάδος της μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων είναι ένας διαρκώς μεταβαλλόμενος και δυναμικός τομέας που απευθύνεται σε άτομα με έντονο ενδιαφέρον για τα αθλητικά υποδήματα και οξυδέρκεια για τον εντοπισμό κερδοφόρων επιχειρηματικών προοπτικών. Στόχος της παρούσας μελέτης ήταν να διερευνήσει τις συναντήσεις, τις τακτικές και τις απόψεις των ατόμων που ασχολούνται με δραστηριότητες στον κλάδο της μεταπώλησης συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων. Με τη διεξαγωγή συνεντεύξεων με επωνύμους και ανώνυμους συμμετέχοντες και τη χρήση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας, αποκτήθηκαν σημαντικά ευρήματα που έδωσαν διαφωτισμό σχετικά με τις ομοιότητες και τις διαφορές μεταξύ των μεταπωλητών και μπορούν τελικά να βγουν τα παρακάτω συμπεράσματα που καλύπτουν τους ερευνητικούς στόχους που είχαν τεθεί στο κεφάλαιο 1.

Τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης υπογραμμίζουν την καθοριστική σημασία του πάθους και του ενδιαφέροντος για τα αθλητικά υποδήματα ως το κύριο κίνητρο για τα άτομα που ασχολούνται με την πρακτική της μεταπώλησης. Πολλοί μεταπωλητές ξεκίνησαν την άσκησή τους ως ενθουσιώδεις, καλλιεργώντας την τεχνογνωσία και τον θαυμασμό τους για τα αθλητικά υποδήματα, τα οποία στη συνέχεια εξελίχθηκαν σε φιλοδοξία να μετατρέψουν τον ενθουσιασμό τους σε μια επικερδή επιχείρηση. Η συσχέτιση μεταξύ ατομικού ενθουσιασμού και εμπορικών επιτευγμάτων συνάδει με προηγούμενες επιστημονικές έρευνες που υπογραμμίζουν τη σημασία του ενθουσιασμού και της εγγενούς κίνησης στις επιχειρηματικές επιδιώξεις.

Ερώτημα 1^ο.

Οι τεχνικές απόκτησης που χρησιμοποίησαν οι μεταπωλητές υποδημάτων παρουσίαζαν ένα εύρος προσεγγίσεων, ενδεικτικό της ετερογενούς φύσης της αγοράς. Ενώ ορισμένοι μεταπωλητές επέλεξαν την απευθείας αγορά από εξουσιοδοτημένα καταστήματα ή διαδικτυακές πλατφόρμες, άλλοι εξαρτήθηκαν από τη συμμετοχή σε κληρώσεις και επίσημα προγράμματα μεταπωλητών (StockX κτλ). Το ποικίλο φάσμα στρατηγικών που εφάρμοσαν οι μεταπωλητές αναδεικνύει την ικανότητά τους να προσαρμόζονται και να καινοτομούν

ανταποκρινόμενοι στο δυναμικό περιβάλλον των αποκλειστικών λανσαρισμάτων προϊόντων και των εμπορευμάτων υψηλής ζήτησης.

Ερώτημα 2°.

Ο καθορισμός των τιμών στην αγορά μεταπώλησης έχει αναδειχθεί σε κρίσιμη πτυχή, η οποία επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, όπως η αλληλεπίδραση μεταξύ προσφοράς και ζήτησης, η διαθεσιμότητα στην αγορά και οι παρατηρούμενες τιμές μεταπώλησης. Οι μεταπωλητές επέδειξαν βαθιά κατανόηση αυτών των μεταβλητών, καθορίζοντας σχολαστικά τις τιμές τους για να βελτιστοποιήσουν τα κέρδη τους, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη τη δυναμική της αγοράς. Οι στρατηγικές τιμολόγησης που χρησιμοποιούν οι μεταπωλητές επηρεάζονται από την αλληλεπίδραση της σπανιότητας, της καταναλωτικής ζήτησης και της αντιλαμβανόμενης αξίας. Στόχος είναι η επίτευξη ισορροπίας μεταξύ ανταγωνιστικότητας της αγοράς και κερδοφορίας. Η ανησυχία για την επαλήθευση της αυθεντικότητας έχει αναδειχθεί σε εξέχον ζήτημα για τους μεταπωλητές. Η επαλήθευση της γνησιότητας των υποδημάτων που πωλούν είναι υψίστης σημασίας για την εδραίωση της εμπιστοσύνης των πελατών και τη διατήρηση του κύρους τους. Οι συμμετέχοντες χρησιμοποίησαν ποικίλες τεχνικές, συμπεριλαμβανομένης της προσωπικής εμπειρογνωμοσύνης, της παρουσίασης αποδείξεων και της χρήσης εφαρμογών πιστοποίησης, για να επαληθεύσουν τη γνησιότητα των υποδημάτων και να διασφαλίσουν ότι η πελατεία τους αποκτά νόμιμο εμπόρευμα. Η έμφαση στην αυθεντικότητα συνάδει με την επικρατούσα τάση στον κλάδο, όπου η επικράτηση των απομιμητικών προϊόντων αποτελεί τρομερό εμπόδιο και υπογραμμίζει την κρίσιμότητα της εμπιστοσύνης και της διαφάνειας.

Ερώτημα 3°.

Η πρακτική της ενημέρωσης για τις τάσεις της αγοράς και τις επερχόμενες κυκλοφορίες παρατηρήθηκε ως κοινή πρακτική μεταξύ των μεταπωλητών. Οι συμμετέχοντες στη μελέτη χρησιμοποίησαν διάφορους πόρους, όπως διαδικτυακές πλατφόρμες, κανάλια κοινωνικής δικτύωσης, ιστότοπους κοινής χρήσης βίντεο και κοινότητες που βασίζονται σε συνδρομές, για να παραμένουν ενήμεροι σχετικά με τις εξελίξεις στους αντίστοιχους τομείς τους. Η πρακτική της συνεχούς παρακολούθησης της αγοράς επέτρεψε στους μεταπωλητές να προβλέπουν προληπτικά τη ζήτηση, να προσαρμόζουν τα αποθέματά τους και να προβαίνουν σε τεκμηριωμένες επιχειρηματικές κρίσεις. Η σημασία της προσαρμοστικότητας

στις εξελισσόμενες τάσεις και προτιμήσεις της μόδας τονίστηκε ως κρίσιμο στοιχείο για την επίτευξη διαρκούς επιτυχίας. Αναγνωρίζουν τη σημασία της προσαρμογής της προσφοράς των εμπορευμάτων τους στις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της αγοράς. Η ικανότητα να αναγνωρίζουν τα εκκολαπτόμενα πρότυπα και να προσαρμόζονται στις κλίσεις των καταναλωτών αποδεικνύει την προσαρμοστικότητα και την ανθεκτικότητά τους σε έναν ταχέως εξελισσόμενο τομέα. Η εφαρμογή στρατηγικών διαφοροποίησης συνέβαλε καθοριστικά στη διάκριση των μεταπωλητών από τους ανταγωνιστές τους. Οι μεταπωλητές υπογράμμισαν διάφορους παράγοντες που διαφοροποιούσαν την επιχείρησή τους, συμπεριλαμβανομένης της ισχυρής έμφασης στη γνησιότητα, της προσφοράς μιας ποικίλης σειράς εμπορευμάτων πέραν των υποδημάτων, της παροχής σχολαστικών αποδείξεων γνησιότητας και της εξατομικευμένης εξυπηρέτησης των πελατών. Οι προαναφερθείσες στρατηγικές σχεδιάστηκαν με στόχο την εδραίωση της αξιοπιστίας, την προσέλκυση δυνητικών πελατών και τη διαμόρφωση μιας ξεχωριστής πρότασης αξίας σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά.

Ερώτημα 4^ο.

Οι συμμετέχοντες αναγνώρισαν τις δυσκολίες που υπάρχουν στον τομέα της μεταπώλησης. Η παρουσία αρχάριων μεταπωλητών που προσφέρουν τα προϊόντα τους σε μειωμένες τιμές αποτελούσε πρόκληση για τους καθιερωμένους μεταπωλητές στην αγορά. Η εγκαθίδρυση εμπιστοσύνης με τους πελάτες και η παροχή ανώτερης εξυπηρέτησης των πελατών αναδείχθηκαν ως καθοριστικοί παράγοντες διάκρισης σε αυτό το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Οι μεταπωλητές υπογράμμισαν τη σημασία του επαγγελματισμού, της έγκαιρης επικοινωνίας και της αξιοπιστίας για την καλλιέργεια και τη διατήρηση ισχυρών σχέσεων με τους πελάτες. Αντλούν υπερηφάνεια και κίνητρα από τις σημαντικές πωλήσεις και τα επιτεύγματα. Η εμπειρία της απόκτησης αποκλειστικών και άκρως επιθυμητών συλλεκτικών αθλητικών υποδημάτων και η παρατήρηση της ικανοποίησης των πελατών τους προκαλούσε αίσθημα ικανοποίησης. Τα επιτεύγματα αυτά λειτουργούσαν ως απτές ενδείξεις της επάρκειας και του θριάμβου τους στον τομέα. Η αγορά μεταπώλησης έχει σταθερά αναγνωρίσει την εξυπηρέτηση των πελατών και τον επαγγελματισμό ως κρίσιμα στοιχεία για την επίτευξη επιτυχίας. Οι μεταπωλητές αναγνώρισαν τη σημασία της διατήρησης μιας θετικής και ευγενικής συμπεριφοράς προς τους πελάτες, της εγγύησης άμεσης παράδοσης και της παροχής μιας απρόσκοπτης και

αξιόπιστης διαδικασίας προμήθειας. Στοχεύουν στη δημιουργία μόνιμων πελατειακών σχέσεων και στη διασφάλιση της αφοσίωσης των πελατών, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην ικανοποίηση των πελατών. Παράγοντες όπως η κατοχή σπάνιων ή περιζήτητων μοντέλων αθλητικών υποδημάτων, η διατήρηση θετικών σχέσεων με τους πελάτες και η αποτελεσματική επικοινωνία της ποιότητας και της αυθεντικότητας των προϊόντων έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην επίτευξη επιτυχίας στις πωλήσεις.

Ερώτημα 5°.

Όσον αφορά το μέλλον, οι μεταπωλητές μετέδωσαν ένα μείγμα θετικότητας και σύνεσης. Η επέκταση της αγοράς μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων αναμενόταν από πολλούς, ωστόσο, η πιθανότητα αυξημένου ανταγωνισμού, ο κορεσμός της αγοράς και οι οικονομικές υφέσεις αναγνωρίστηκαν επίσης ως πιθανά εμπόδια. Η διατήρηση μιας ισχυρής παρουσίας του εμπορικού σήματος και η προσαρμογή στις εκάστοτε προκλήσεις είναι επιτακτική ανάγκη για την επίτευξη διαρκούς επιτυχίας. Η παρούσα μελέτη προσθέτει στο υπάρχον σώμα της βιβλιογραφίας σχετικά με τη μεταπώληση αθλητικών υποδημάτων προσφέροντας πολύτιμες προοπτικές που αποκτήθηκαν απευθείας από μεταπωλητές. Τα αποτελέσματα συμφωνούν με προηγούμενες έρευνες, τονίζοντας τη σημασία του πάθους, της γνησιότητας, της εξυπηρέτησης πελατών και της ευελιξίας στον τομέα της μεταπώλησης.

Εκτός από τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας διπλωματικής οι θεματικοί άξονες και οι απαντήσεις από τις συνεντεύξεις παρέχουν γνώσεις που απαντούν σε ερευνητικά ερωτήματα σχετικά με τη συνεργατική κατανάλωση στη βιομηχανία της μόδας, την επιρροή της κουλτούρας των αθλητικών υποδημάτων στη δευτερογενή αγορά, το ρόλο των πλατφορμών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διαμόρφωση των τάσεων της μόδας, τους παράγοντες και τις διαδικασίες που εμπλέκονται στην απόκτηση αθλητικών υποδημάτων για μεταπώληση που αξίζει να αναφέρουμε.

Όσον αφορά την έννοια της συνεργατικής κατανάλωσης στη βιομηχανία της μόδας, οι συνεντεύξεις υπογραμμίζουν τη συνεργατική φύση της προμήθειας αθλητικών υποδημάτων μέσω διαφόρων καναλιών, όπως οι επίσημοι λιανοπωλητές, οι πλατφόρμες μεταπώλησης και η συνεργασία με διανομείς. Αυτό ευθυγραμμίζεται με την ιδέα του διαμοιρασμού πόρων και της πρόσβασης σε προϊόντα μέσω κοινών πλατφορμών,

καταδεικνύοντας την εφαρμογή της συνεργατικής κατανάλωσης στο πλαίσιο της μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων.

Οι συνεντεύξεις ρίχνουν επίσης φως στη σημαντική επιρροή της κουλτούρας των αθλητικών υποδημάτων στη δευτερογενή αγορά. Οι λάτρεις των αθλητικών υποδημάτων και οι συλλέκτες συμβάλλουν στη ζήτηση για σπάνια και περιορισμένης έκδοσης αθλητικά υποδήματα, δημιουργώντας μια ακμάζουσα αγορά για τους μεταπωλητές. Η πολιτιστική σημασία που αποδίδεται στα αθλητικά υποδήματα, όπως η σύνδεσή τους με το στυλ, την ταυτότητα και το status, οδηγεί στην ανάπτυξη και την ελκυστικότητα της δευτερογενούς αγοράς.

Όσον αφορά τον ρόλο των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, οι συνεντεύξεις αποκαλύπτουν ότι πλατφόρμες όπως το Instagram διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της προβολής και της δημοτικότητας των ειδών μόδας, συμπεριλαμβανομένων των αθλητικών υποδημάτων. Οι μεταπωλητές αθλητικών υποδημάτων χρησιμοποιούν αυτές τις πλατφόρμες για να μοιράζονται φωτογραφίες προϊόντων, να αλληλοεπιδρούν με τους πελάτες και να ενημερώνονται για τις τάσεις της αγοράς. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης λειτουργούν ως καταλύτης για τη δημιουργία δημοσιότητας και τη δημιουργία ενδιαφέροντος για συγκεκριμένες κυκλοφορίες αθλητικών υποδημάτων, επηρεάζοντας τη συμπεριφορά των καταναλωτών και αυξάνοντας τη ζήτηση στη δευτερογενή αγορά.

Οι συνεντεύξεις εμβαθύνουν επίσης στις στρατηγικές εξυπηρέτησης πελατών και επικοινωνίας που χρησιμοποιούν οι μεταπωλητές αθλητικών υποδημάτων. Οι μεταπωλητές δίνουν προτεραιότητα στον επαγγελματισμό, την ανταπόκριση και την παροχή θετικής αγοραστικής εμπειρίας στους πελάτες τους. Αξιοποιούν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, τις μαρτυρίες πελατών και τη διαφανή επικοινωνία για να χτίσουν εμπιστοσύνη και να διατηρήσουν θετικές σχέσεις με τους αγοραστές.

Η ενημέρωση για τις νέες κυκλοφορίες και τις τάσεις της αγοράς είναι απαραίτητη για τους μεταπωλητές αθλητικών υποδημάτων, όπως αναφέρθηκε στις συνεντεύξεις. Χρησιμοποιούν διάφορες πηγές, όπως πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης, πλατφόρμες μεταπώλησης και διαδικτυακές κοινότητες, για να ενημερώνονται για τις τελευταίες κυκλοφορίες αθλητικών υποδημάτων, τη ζήτηση στην αγορά και τις αναδυόμενες τάσεις. Αυτό τους δίνει τη δυνατότητα να προσαρμόζουν αναλόγως τα αποθέματα και τις στρατηγικές τιμολόγησής τους.

Οι μεταπωλητές επιδεικνύουν την ικανότητά τους να προσαρμόζονται στις αλλαγές της αγοράς και στις εξελισσόμενες τάσεις. Παραμένουν ευέλικτοι στις προσεγγίσεις προμήθειας και τιμολόγησης, προσαρμόζοντας τις στρατηγικές τους με βάση τη ζήτηση της αγοράς και τον ανταγωνισμό. Η προσαρμογή στις αλλαγές τους βοηθά να παραμείνουν σχετικοί και επιτυχημένοι στη δυναμική βιομηχανία μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων.

Συνολικά, οι θεματικοί άξονες που προέκυψαν από τις συνεντεύξεις και οι απαντήσεις που δόθηκαν από τους μεταπωλητές αθλητικών υποδημάτων ικανοποιούν αποτελεσματικά τα ερευνητικά ερωτήματα, παρέχοντας ολοκληρωμένες πληροφορίες σχετικά με τη συνεργατική κατανάλωση στον κλάδο της μόδας, την επιρροή της κουλτούρας των αθλητικών υποδημάτων, τον ρόλο των πλατφορμών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τους παράγοντες και τις διαδικασίες που εμπλέκονται στην απόκτηση αθλητικών υποδημάτων, τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι μεταπωλητές, τις αξιοσημείωτες εμπειρίες πωλήσεων, τις στρατηγικές εξυπηρέτησης πελατών, την ενημέρωση για τις τάσεις της αγοράς, την προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς και τις μοναδικές πτυχές που διαφοροποιούν τους μεταπωλητές αθλητικών υποδημάτων από τους ανταγωνιστές τους.

5.2 Συζήτηση.

Η παρούσα μελέτη διαφωτίζει τις συναντήσεις και τις απόψεις των Ελλήνων μεταπωλητών αθλητικών υποδημάτων, όπως προκύπτουν από τα αποτελέσματα της έρευνας. Οι αφηγήσεις παρείχαν πολύτιμες πληροφορίες για τον κλάδο της μεταπώλησης, συμπεριλαμβανομένων των προκλήσεων και των στρατηγικών που χρησιμοποιούν οι μεταπωλητές για να επιτύχουν σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά. Μια σημαντική ανακάλυψη αφορά την επιρροή του πάθους στην παρακίνηση των μεταπωλητών να επιδιώξουν την είσοδο στον κλάδο. Πολλοί μεταπωλητές ξεκίνησαν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες λόγω της αγάπης τους για τα αθλητικά υποδήματα και της φιλοδοξίας τους να διαδώσουν τον ενθουσιασμό τους σε ένα ευρύτερο κοινό. Η προαναφερθείσα θέρμη δεν λειτούργησε μόνο ως κινητήρια δύναμη για τα εν λόγω άτομα, αλλά διευκόλυνε επίσης την ανάπτυξη της φήμης τους και την καλλιέργεια ενός πιστού πελατολογίου. Η σημασία της αυθεντικότητας έχει αναδειχθεί ως κομβική πτυχή στον τομέα της μεταπώλησης. Η σημασία της επαλήθευσης της γνησιότητας των υποδημάτων που πωλούνται υπογραμμίστηκε από τους μεταπωλητές, καθώς θεωρήθηκε ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση της αξιοπιστίας τους και για τη διασφάλιση της ικανοποίησης των πελατών. Η γνησιότητα των υποδημάτων επαληθεύτηκε με διάφορες μεθόδους, όπως προσωπική γνώση, απόδειξη αγοράς και εφαρμογές πιστοποίησης. Τονίστηκε η σημασία της εξυπηρέτησης των πελατών και του επαγγελματισμού ως κρίσιμων στοιχείων για την επίτευξη επιτυχίας. Οι μεταπωλητές αναγνώρισαν τη σημασία των ευγενικών, υποστηρικτικών και έγκαιρων αλληλεπιδράσεων στην εξυπηρέτηση πελατών. Η εδραίωση μακροχρόνιων σχέσεων με τους πελάτες και η προσέλκυση νέων θεωρήθηκαν ζωτικής σημασίας από τις επιχειρήσεις, ενώ η οικοδόμηση εμπιστοσύνης και η παροχή θετικής αγοραστικής εμπειρίας αναγνωρίστηκαν ως βασικοί παράγοντες για την επίτευξη αυτών των στόχων. Τα αποτελέσματα της μελέτης αποκάλυψαν επίσης τα συνεχώς μεταβαλλόμενα χαρακτηριστικά της δευτερογενούς αγοράς αθλητικών υποδημάτων. Οι προκλήσεις που παρουσιάζουν οι ανταγωνιστές και η ανάγκη προσαρμογής στις εξελισσόμενες τάσεις συζητήθηκαν από τους μεταπωλητές. Τονίστηκε η σημασία της γνώσης της δυναμικής της αγοράς, των επερχόμενων κυκλοφοριών και των προτιμήσεων των πελατών. Η ικανότητα προσαρμογής τους επέτρεψε να συγχρονίσουν τις προσφορές των προϊόντων τους και τις στρατηγικές τιμολόγησης με τις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της

αγοράς. Η έρευνα προσδιόρισε τη διαφοροποίηση ως κρίσιμη πτυχή. Οι μεταπωλητές τόνισαν τις διακριτικές τους προτάσεις πώλησης, οι οποίες περιλάμβαναν τη διαφοροποίηση της προσφοράς των προϊόντων τους πέραν των υποδημάτων, την παροχή ολοκληρωμένης επαλήθευσης της γνησιότητας και την παροχή εξατομικευμένης εξυπηρέτησης πελατών. Οι προαναφερθείσες στρατηγικές εφαρμόστηκαν με στόχο να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους και να προσελκύσουν πελατεία που έδινε σημασία στις μοναδικές προσφορές τους. Οι περιορισμοί της παρούσας μελέτης πρέπει να αναγνωριστούν παρά τις πολύτιμες πληροφορίες που παρέχει για τον κλάδο της μεταπώλησης αθλητικών υποδημάτων. Το μέγεθος του δείγματος της μελέτης ήταν συγκριτικά περιορισμένο και το πεδίο εφαρμογής της επικεντρώθηκε σε μεταπωλητές που βρίσκονται στην Ελλάδα. Ως εκ τούτου, συνιστάται σύνεση κατά την εξαγωγή των αποτελεσμάτων σε άλλες γεωγραφικές περιοχές ή εμπορικούς τομείς. Συνοψίζοντας, η προαναφερθείσα μελέτη ενίσχυσε την κατανόηση των συναντήσεων και των τακτικών που εφαρμόζουν οι μεταπωλητές αθλητικών υποδημάτων στην Ελλάδα. Τα αποτελέσματα της μελέτης υπογράμμισαν τη σημασία του πάθους, της αυθεντικότητας, της εξυπηρέτησης των πελατών, της προσαρμοστικότητας και της διαφοροποίησης στο πλαίσιο του κλάδου της μεταπώλησης. Μέσω του προσδιορισμού αυτών των παραγόντων, οι ενδιαφερόμενοι του κλάδου μπορούν να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις και να πλοηγούνται αποτελεσματικά στις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που προκύπτουν σε αυτή τη δυναμική αγορά.

Βιβλιογραφία.

1. Felson, M., & Spaeth, J. L. (1978). Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, 21(4), 614–624.
2. Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. Collins.
3. Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600.
4. Perren, R., & Grauerholz, L. (2015). Collaborative consumption. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 139–144.
5. Hamari, J., & Ukkonen, A. (2013). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *SSRN Electronic Journal*.
6. Iran, S., & Schrader, U. (2017). Collaborative fashion consumption and its environmental effects. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 21(4), 468–482.
7. Slaton, K., & Pookulangara, S. (2021). Collaborative consumption: An investigation into the secondary sneaker market. *International Journal of Consumer Studies*, 46(3), 763–780.
8. Činjurević, M., Kožo, A., & Berberović, D. (2019). Sharing is caring, and Millennials Do Care: Collaborative consumption through the eyes of internet generation. *South East European Journal of Economics and Business*, 14(1), 49–60.
9. Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2017). Liquid consumption. *Journal of Consumer Research*, 44(3), 582–597.
10. Pitchers, T. (2013). *School of Social, Psychological and Communication Sciences*. Critical reflections: A student journal on contemporary sociological issues.
11. Salvano, M. (2020). *Sneaker Culture* (thesis).
12. Fuller, J. (2015). *Out of the box: The rise of sneaker culture*. Skira Rizzoli.
13. Weinhold, M. (2020, December 2). *The history of sneaker reselling and the current state of the game – release: Sober Living, Transitional Living in NYC & westchester*.

14. Bug, P., & Lux, M. (2018). Sole value – the sneaker resale market : an explorative analysis of the sneaker resale market. *Hochschule Reutlingen*.
15. Wallace, B. (2013). Consuming symbolic goods: Identity & Commitment – Introduction. *Consuming Symbolic Goods*, 7–8.
16. Denny, I. (2020). The sneaker – marketplace icon. *Consumption Markets & Culture*, 24(5), 456–467.
17. Veblen, T., & Mills, C. W. (2017). The theory of the leisure class.
18. Choi, J. W., & Kim, M. (2019). Sneakerhead brand community netnography: An exploratory research. *Fashion, Style & Popular Culture*, 6(2), 141–158.
19. Choi, J. W., Cluver, B. G., & Kim, M. (2017). Social Medias Place in sneakerhead culture. *Global Fashion Management Conference, 2017*, 264–265.
20. Hill, R. J., Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. *Contemporary Sociology*, 6(2), 244.
21. Slaton, K., & Pookulangara, S. (2021). Collaborative consumption: An investigation into the secondary sneaker market. *International Journal of Consumer Studies*, 46(3), 763–780.
22. Becker-Leifhold, C. V. (2018). The role of values in collaborative fashion consumption - a critical investigation through the lenses of the theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, 199, 781–791.
23. Becker-Leifhold, C., & Iran, S. (2018). Collaborative fashion consumption – drivers, barriers and future pathways. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 22(2), 189–208.
24. Biondi, A. (2019, July 10). *Is streetwear finally ready for women?* Vogue Business. Retrieved March, 2023, from <https://www.voguebusiness.com/fashion/streetwear-women-opportunity-designers-market-aries-danielle-cathari-aleali-may>.
25. Khan, A. (2021, April 15). *What you need to know about Nike's new Sneaker Program*. Teen Vogue. Retrieved March, 2023, from <https://www.teenvogue.com/story/nike-refurbished-what-to-know>.
26. Xincheng, D. (2022) *The Sneaker Value: A Disquisition Into Sneaker Resale Market*.
27. Alrichter, H. & Porsch, P., (2001). *Οι Εκπαιδευτικοί ερευνούν το έργο τους*. Αθήνα: Μεταίχμιο.

28. Bird, M., Hammersley, M., Gomm, R., & Woods, P. (1999). *Εκπαιδευτική Έρευνα στην Πράξη, Εγχειρίδιο Μελέτης*, (μτφ. Ε. Φράγκου). Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
29. Cohen, L., & Manion, L., (1977). *Μεθοδολογία εκπαιδευτικής έρευνας*. Αθήνα: Μεταίχμιο.
30. Faulkner, D., Swann, J., Baker, S., Bird, M., & Carty, J. (1999). *Εξέλιξη του παιδιού στο κοινωνικό περιβάλλον, Εγχειρίδιο Μεθοδολογίας*, (μτφ. Α. Ραυτοπούλου). Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
31. Κυριαζή, Ν., (1998). *Η κοινωνιολογική έρευνα – Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*. Αθήνα: Ελληνικές Επιστημονικές Εκδόσεις.
32. Πηγιάκη, Π., (1988). *Εθνογραφία Η μελέτη της ανθρώπινης διάστασης στην κοινωνική και παιδαγωγική έρευνα*. Αθήνα: Γρηγόρης.
33. Τσουρβάκας, Γ.Ε., (1997). *Ποιοτική έρευνα – Οι εφαρμογές της στη μελέτη των μέσων μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδοτικός Όμιλος Συγγραφέων Καθηγητών.
34. Φίλιας, Β (2004). *Εισαγωγή στη μεθοδολογία και της τεχνικές των κοινωνικών ερευνών*. (2η έκδ). Αθήνα: Gutenberg.
35. Κεδράκα, Κ. (2008) *ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΛΗΨΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ*. Available at: <https://eclass.upatras.gr/modules/document/index.php?course=PN1548&download=/5321928ccCXn/53219352RM37/532192b9myf7.pdf>.
36. Choi, Y. and Lee, K. (2021) 'Recent Changes in Consumer Perception in Sneaker Resale Market', *International Journal of Costume and Fashion*, 21(1), pp. 67-79. Available at: <https://doi.org/10.7233/ijcf.2021.21.1.067>.
37. Slaton, K. and Pookulangara, S. (2022) 'Collaborative Consumption: An Investigation into the Secondary Sneaker Market', *International Journal of Consumer Studies*, 46. Available at: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12725>.
38. Nam, C., Dong, H. & Lee, YA. (2017) Factors influencing consumers' purchase intention of green sportswear. *Fash Text* 4, 2 <https://doi.org/10.1186/s40691-017-0091-3>.
39. Happ, E., Scholl-Grissemann, U., Peters, M., & Schnitzer, M. (2021). Insights into customer experience in sports retail stores. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 22(2), 312-329.

40. Nooh, M. N. (2022). Designing A Sportswear Strategic Marketing Plan: A Data Analytics Approach. *ASEAN Entrepreneurship Journal (AEJ)*, 1, Faculty of Economics and Muamalat, Universiti Sains Islam Malaysia, noorizzuddin@usim.edu.my.
41. Niu, Z., Zhang, R., & Wang, Y. (2021). Investigating the Impact of Social Media Marketing on Millennial's Purchase Intention of Sports Brands in China - A Case of LI NING. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 203, Business school, Newcastle University, Newcastle, NE1 5SE, United Kingdom.

Παράρτημα.

Afterm_ath: <https://aftermathathens.com/>

Flower Kickz: <https://flowerkickz.gr/>

Golden kickz: https://www.instagram.com/_goldnkickz/?hl=el

Hype Resort: <https://www.instagram.com/hype.resort/>

Nikcthekickz: <https://www.instagram.com/nickthekickz/>

Plugfe: https://www.instagram.com/plug_life34/

Rabbit._plugg : https://www.instagram.com/rabbit._plugg/

The thetahub: <https://www.thethetahub.com/>

Sneakers finest: https://www.instagram.com/vigi_kickz/

Sneakin.skg: <https://www.instagram.com/sneakin.skg/>

Street.plug: https://www.instagram.com/streetplug._gr/

Sole meister: <https://www.instagram.com/solemeister.her/>