

#15



GECON Newsletter
Ιούνιος 2008





Κωφίδου 8,
55236 Πανόραμα,
Θεσσαλονίκη,
Τ. 2310 344091,
F. 2310 344046,
E. info@gecon.gr
www.gecon.gr



Αγαπητοί μας φίλοι και συνεργάτες,

Ακρίβεια στα τρόφιμα, ακρίβεια στα καύσιμα, χαμηλές συντάξεις, οι μισοί έλληνες δήλωσαν ότι ΔΕΝ ΘΑ ΚΑΝΟΥΝ διακοπές φέτος. Και άλλα ευτράπελα ... Μα είμαστε σοβαροί; Μάλλον έχουμε χάσει το μέτρο της σοβαρότητας μας.

Και όμως στο τρίμηνο του Αγ. Πνεύματος είχαμε ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΚΙΝΗΘΕΝΤΩΝ ΕΚΤΟΣ ΑΣΤΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ Ι.Χ. κατά 30%!!! Αν προσπαθήσατε να βρείτε ένα κατάλυμα για το τρίμηνο αυτό 30-40 μέρες ΠΡΙΝ, οι απαντήσεις που θα πέρνατε θα ήταν... απογοητευτικές !!! «Μα όλα είναι κλεισμένα από τα Χριστούγεννα !!!»

Ακρίβεια; Ναι, αλλά γιατί; Οι διοικητικές πράξεις του ελληνικού κράτους και οι φόροι υπέρ τρίτων, αυξάνουν ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ. Θα γνωρίζουν βέβαια οι αγαπητοί αναγνώστες ότι στην Ε.Ε. ΑΠΑΓΟΡΕΥΟΝΤΑΙ οι φόροι υπέρ τρίτων. Καταλαβαίνετε γιατί όλα τα είδη ΕΙΝΑΙ ΠΙΟ ΦΤΗΝΑ στην Ευρώπη;

Μήπως έχουν στην Ε.Ε. το +21% του αγγελιοσήμου που επιβαρύνει τις διαφημίσεις σε περιοδικά και εφημερίδες και ηγαίνει υπέρ του ταμείου των δημοσιογράφων; Μήπως έχουν στην Ε.Ε. την υποχρεωτική δημοσίευση των ισολογισμών των εταιριών σε 3 (ΤΡΕΙΣ) εφημερίδες; Αυτά είναι ελληνικά φαινόμενα που είναι ξεκάθαρο που στοχεύουν.

Άλλο αστείο φαινόμενο είναι «οι μεσάζοντες», οι οποίοι επιβαρύνουν το κόστος, ουρλιάζουν στα κανάλια οι παραγωγοί και οι τελικοί καταναλωτές. Μα το θέμα ΕΙΝΑΙ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΑΠΛΟ. Γιατί οι ΙΔΙΟΙ ΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ να μην διαθέτουν ΑΠΕΥΘΕΙΑΣ ΤΑ ΑΓΑΘΑ ΤΟΥΣ στην κατανάλωση; Ποιος θα μας απαντήσει; Να κάνουν μηχανισμούς εμπορίας και διακίνησης. Σε όλη την Ευρώπη οι Ενώσεις Αγροτικών Συνεταιρισμών, είναι εξαιρετικά ΕΥΡΩΣΤΕΣ οικονομικά και οργανωτικά. Εκτός από την Ελλάδα, όπου οι όποιες αγροτικές επιδοτήσεις έγιναν 4 X 4, ζαντολάστιχα, διαμερίσματα στην πόλη και βίλλες. Αρα οι μεσάζοντες φταίνε;

Φίλοι μας, όλα τα παραπάνω είναι ΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΩΝ ΚΑΙΡΩΝ που μας οδηγούν ταχύτατα προς στην τελευταία θέση της κατάταξης μεταξύ των 55 πιο ανεπτυγμένων χωρών.

Ας σκεφτούμε λίγο, ο καθένας από το μετερίζι του, με ποιο τρόπο μπορούμε να προσφέρουμε λίγο προβληματισμό και λίγη ΠΟΙΟΤΗΤΑ στην επιχειρηματική μας καθημερινότητα. Να αλλάξουμε κάτι τελικά σε αυτό τον σπαρασσόμενο από τα κόμματα και τις μίζες τόπο.

Εμείς στη GECON έχουμε αποδείξει τις προθέσεις μας για να συμβάλλουμε ενεργά σε μια αλλαγή. Αυτό προσπαθούμε να κάνουμε και τώρα με το Business Challenge Awards-Project Competition. Στην προσπάθεια μας αυτή σας θέλουμε ΟΛΟΥΣ ΣΑΣ ΕΝΕΡΓΑ ΔΙΠΛΑ ΜΑΣ.

Καλό καλοκαίρι με υγεία και δύναμη.

Κ. Γεωργάκας

Σε αυτό το τεύχος...



Editorial

σελ.2

Νέα της GECON

σελ.3-4

Νέα της αγοράς

σελ.5

Άρθρο του μήνα

σελ.6

Υπάλληλοι έτοιμοι για όλα...

Συμβουλή του μήνα:

σελ.7

ΑΝΕΠΙΚΕΡΔΕΙΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Ο κατάλληλος τρόπος να τους διαχειριστείτε...

Το επόμενο Newsletter θα κυκλοφορήσει τον Σεπτέμβριο του 2008



Η Θεσσαλονίκη θα φιλοξενήσει για **12^η** συνεχή χρονιά ένα από τα σημαντικότερα επιχειρηματικά γεγονότα, το **MONEY SHOW**. Ο θεσμός του **MONEY SHOW** αποτελεί ένα **forum** παρουσίασης νέων ιδεών και ανάπτυξης για την περιοχή της **Θεσσαλονίκης**, και διοργανώνεται από το Ελληνογερμανικό Επιμελητήριο και την **ORGANOTECNICA A.E.**, στο ξενοδοχείο **HYATT REGENCY**.



Η ΓΕΩΡΓΑΚΑΣ ΟΜΙΛΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΠΕ (GEORGAKAS CONSULTING GROUP-GECON) και φέτος θα συμμετέχει στο ετήσιο Πολυσυνέδριο **Money Show**, με εκδηλώσεις που καλύπτουν όλο το φάσμα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Το 2009 είναι μια πολύ σημαντική χρονιά για την εταιρία καθώς συμπληρώνονται **30 χρόνια** από την επιτυχή παρουσία της στην αγορά των Συμβουλευτικών Υπηρεσιών.



Η **GECON** στο πλαίσιο του **Money Show** και με αφορμή τον εορτασμό της επετείου αυτής, αναλαμβάνει μία ξεχωριστή πρωτοβουλία, διοργανώνοντας μια μεγάλη εκδήλωση με αντικείμενο έναν διαγωνισμό project. Η εκδήλωση τελεί υπό την αιγίδα του **Υπουργείου Ανάπτυξης και του ΣΕΒΕ**.

Αντικείμενο του διαγωνισμού θα είναι η εκπόνηση **projects** με ποικίλα θέματα, τα οποία θα αποφασίσουν οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις σύμφωνα με τα αιτήματα και τις ανάγκες τους.



Οι διαγωνιζόμενοι, που μπορεί να είναι μεταπτυχιακοί φοιτητές, ελεύθεροι επαγγελματίες ή ακόμα και στελέχη επιχειρήσεων (υπό την προϋπόθεση ότι δεν θίγεται το κύρος και η αντικειμενικότητα του διαγωνισμού), θα κληθούν να αναπτύξουν τα θέματα αυτά, εργαζόμενοι είτε ατομικά είτε ομαδικά, για την εκπόνηση των **συγκεκριμένων** projects.



Οι **συμμετέχουσες επιχειρήσεις** θα κερδίσουν μια σημαντική παρουσία και προβολή σε ένα συνέδριο εξαιρετικής φήμης και θα αποκομίσουν λύσεις αλλά και αξιόλογες ιδέες για τα προβλήματα και τα θέματα που τις ταλανίζουν, σχεδιασμένες από άτομα ή ομάδες ατόμων που εργάστηκαν με μεγάλη όρεξη και συνέπεια αποκλειστικά για τον σκοπό αυτό.



Οι **διαγωνιζόμενοι** θα έχουν την δυνατότητα να αξιολογήσουν τις δυνατότητες τους σε συγκεκριμένες καταστάσεις και πραγματικές συνθήκες αγοράς και την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με αξιόλογες επιχειρήσεις και να αποκτήσουν εμπειρίες που θα συμβάλλουν στην επαγγελματική τους ανάπτυξη. Ακόμα θα υπάρχει και συμβολικό οικονομικό όφελος για τους συμμετέχοντες που διακρίθηκαν.



Η **εκπόνηση των projects**, θα πρέπει να ολοκληρωθεί μέχρι τις **30 Οκτωβρίου 2008** όπως ορίζει ο διαγωνισμός και εφόσον πληρούνται οι απαραίτητες προϋποθέσεις- προδιαγραφές που έχουν τεθεί από την **GECON**.



Τα projects θα αξιολογηθούν από επιτροπή που θα απαρτίζεται από αναγνωρισμένους ακαδημαϊκούς, επιχειρηματίες, εκπροσώπους φορέων και καταξιωμένα στελέχη επιχειρήσεων σύμφωνα με προκαθορισμένα κριτήρια, ανάλογα με το είδος και το εύρος του project που θα εκπονηθεί.

Η βράβευση των διαγωνιζόμενων θα πραγματοποιηθεί στις **29 Νοεμβρίου 2008**, στην διάρκεια του επίσημου δείπνου του **MONEY SHOW** στην αίθουσα **REGENCY BALLROOM** του **HYATT REGENCY** και θα περιλαμβάνει μια σύντομη παρουσίαση των επιχειρηματικών σχεδίων από τις καλύτερες ομάδες του διαγωνισμού και θα ακολουθήσει η απονομή των βραβείων.





Μέχρι την στιγμή που γράφονται οι γραμμές αυτές, 5 εταιρίες δήλωσαν ήδη συμμετοχή στο Business Challenge Awards-Project Competition. Οι εταιρίες αυτές είναι η **ΓΕΤΗΛ Α.Ε.** (Ηλεκτρολογικό υλικό), η **OLYMPIA ELECTRONICS ABEE** (Προϊόντα Υψηλής Τεχνολογίας), η **DOPPLER Α.Ε.** (Ανελκυστήρες), η **SEDIA ABEE** (Καθίσματα και Έπιπλα γραφείου) και η **ΧΑΡΜΑ ABEE** (κοτόπουλα Νεοχωρούδας). Τηλεφωνικά εκδήλωσαν το ενδιαφέρον τους και άλλες 8 εταιρίες. Τα projects που έχουν κατατεθεί στη GECON για τον συγκεκριμένο διαγωνισμό, είναι περίπου 20.

business
challenge
awards

ProjectCompetition

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ.

Ήδη δύο από τις
5 εταιρίες που

συμμετέχουν στο Business Challenge Awards – Project Competition προσέφεραν **ΔΥΟ ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ, στα άτομα που θα διακριθούν στο διαγωνιστικό κομμάτι και θα έχει επεξεργαστεί το project της συγκεκριμένης εταιρίας.**



Μέχρι στιγμής το Business Challenge Awards τελεί υπό την αιγίδα του **Υπουργείου Ανάπτυξης** και του **Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ).**



Από πλευράς εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, συμμετοχή έχει δηλώσει το **ΑΤΕΙ Καβάλας** και αναμένουμε τις συμμετοχές και των άλλων ιδιωτικών ή/ και δημοσίων ιδρυμάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.



Ευχαριστούμε τον καθηγητή κ. **Κων/νο Τερζίδη** για την πρωτοβουλία του.



Η **GECON** έχει ήδη έρθει σε επικοινωνία με τα **ΓΡΑΦΕΙΑ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ διαφόρων ανωτάτων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων** όπως: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Πειραιά, Πανεπιστήμιο Αθηνών, Πολυτεχνική Ξάνθης, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Οικονομικό Κρήτης και Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας αλλά και με γραφεία διασύνδεσης τεχνολογικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων όπως τα ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης, Αθήνας, Καστοριάς κ.α. προκειμένου να κοινοποιηθεί η ενέργεια αυτή στους ενεργούς φοιτητές των μεταπτυχιακών προγραμμάτων καθώς και στους απόφοιτους.



Τα άτομα που μέχρι στιγμής έχουν εκδηλώσει το ενδιαφέρον τους να συμμετάσχουν στο **Project Competition** προέρχονται από τον επιχειρηματικό κόσμο αλλά και από την ακαδημαϊκή κοινότητα.

Για περισσότερες
πληροφορίες
επικοινωνήστε με τις
κ.κ. Ειρήνη Κόντρα και
Σοφία Παρσαλίδου
(sofia@gecon.gr) στο
τηλ: 2310-344091.



Ολοκληρώθηκε στα μέσα Ιουνίου 2008, η πρώτη φάση της συνεργασίας της **GECON** με την **ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΕΠΙΣΤΙΤΙΣΜΟΥ Α.Ε.,**



η οποία διαχειρίζεται τον πολυχώρο εστίασης **YAMAS**, στην παλιά παραλία της Θεσσαλονίκης. Η εταιρία πρωτοπορεί στον χώρο της εστίασης, δημιουργώντας ένα καινοτομικό concept gourmet εστίασης, με στόχο την ανάπτυξη σημείων στο εξωτερικό. Μέσα από το «Σύστημα Marketing YAMAS», εταιρίες από τον χώρο των τροφίμων, του κρασιού, του πολιτισμού και του τουρισμού, θα ενώσουν τις δυνάμεις τους, έτσι ώστε το όραμα της εταιρίας το **CONTEMPORARY GREEK CULTURE**, να ταξιδέψει την σύγχρονη Ελλάδα σε όλο τον κόσμο. Ηγέτες και πρωτοπόροι της προσπάθειας οι κ.κ. Γιάννης Διονυσιάδης και Λευτέρης Λαζάρου.



Έρευνα Gecon και Swansea

Σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο της Ουαλίας στο Swansea και τον καθηγητή Δρα Α. Σημηντήρα, ξεκινήσαμε μια Πανελλαδική Έρευνα σχετικά με το σύστημα αμοιβών που ισχύει στα σημεία λιανικής πώλησης αγαθών.

Επικοινωνώντας με τους ιδιοκτήτες και τους managers τόσο μικρών καταστημάτων, όσο και αλυσίδων λιανεμπορίου, θα προσδιορίσουμε τα ποιοτικά και τα ποσοτικά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν το ύψος των αμοιβών. Τα αποτελέσματα της έρευνας θα είναι έτοιμα στις αρχές του 2009 και μέσα από τις σελίδες του Newsletter της GECON, θα είστε ΟΙ ΠΡΩΤΟΙ που θα τα πληροφορηθείτε.



ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ

Ραγδαία ανακατανομή δυνάμεων δημιουργείται στο λιανεμπόριο λόγω της υπερσυγκέντρωσης δυνάμεων από τα μεγάλα εμπορικά κέντρα. Σύμφωνα με έρευνα της Stat Bank μέχρι το 2010 θα υπάρχουν 1 εκ. m² σε εμπορικά κέντρα. Η τάση αυτή κυριαρχεί και στη Θεσσαλονίκη καθώς ολοένα και περισσότερα εμπορικά κέντρα και εκπρωτικά χωριά έρχονται να συμπληρώσουν το επιχειρηματικό σκηνικό.

Σε ανάπτυξη του χαρτοφυλακίου ακινήτων προχώρησε η Pasal Development η οποία αγόρασε παλιό καπνομάγαζο στην οδό Εγνατίας στη Θεσσαλονίκη έναντι του ποσού των 6 εκ. €. Η πολυεθνική Leroy Merlin που δραστηριοποιείται στην αγορά ειδών σπιτιού "do it yourself" επεκτείνει τις δραστηριότητες της στη Ανατολική και Δυτική Θεσσαλονίκη και πρόκειται να αναπτυχθεί σε ένα χώρο 8.500 m². Η εταιρία φιλοδοξεί να αποτελέσει το αντίπαλο δέος της Γερμανικής Praktiker.

Πολύ σημαντικό είναι το γεγονός πως η ανατολική πλευρά της Θεσσαλονίκης αποτελεί πόλο έλξης για πολλούς επενδυτές. Αξίζει να σημειωθεί πως μόνο το διάστημα 1997-2006 η περιοχή προσέλκυσε επενδύσεις ύψους άνω των 300 εκ. €.



**ΠΑΜΕ
ΔΙΑΚΟΠΕΣ
ΕΠΙΤΕΛΟΥΣ!!!**

**Από τις
11-22 Αυγούστου η
εταιρία μας
θα παραμείνει
κλειστή...**

Νέα της αγοράς



Τη δεύτερη θέση κατέχει η Ελλάδα στις δαπάνες για υγεία και παιδεία, σύμφωνα με **στοιχεία της Eurostat**. Τα ελληνικά νοικοκυριά αφιερώνουν για παιδεία το 2,4% του συνόλου των δαπανών τους, και για υγεία το 5,9%, ποσοστό σχεδόν διπλάσιο από τον μέσο όρο στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Το μεγάλο αυτό ύψος δαπανών για τις ιδιωτικές υπηρεσίες, είναι το αποτέλεσμα της ανυπαρξίας βελτίωσης των προσφερομένων υπηρεσιών στην παιδεία και στην υγεία από την ελληνική πολιτεία.

Από πλευράς δαπανών στον πολιτιστικό τομέα τα ελληνικά νοικοκυριά κατέχουν την τελευταία θέση παρά με την Ρουμανία



ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ

Ένα πολύ σημαντικό **πολιτιστικό ΦΩΣ** προσφέρει εδώ και χρόνια στη κοινωνία της Θεσσαλονίκης, η **ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ**. Με άξιο πρόεδρο τον γνωστό και καταξιωμένο επιχειρηματία κ. Νίκο Ευθυμιάδη και διευθυντή τον κ. Ιορδάνη Καϊσερλίδη, η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ προχωρά με σταθερά βήματα σε μία νέα εποχή με το περιοδικό **«ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΕΩΝ ΠΟΛΙΣ»**.

Με τη νέα του μορφή το περιοδικό θα περιλαμβάνει πέρα από την σταθερή του αναφορά στην ιστορία της Θεσσαλονίκης, θέματα πολιτισμού και επιστημών που συνδέονται με αυτή την πόλη είτε άμεσα είτε έμμεσα και αποτυπώνουν την **«τρέχουσα ιστορία της»**.

Πρόσφατα παρουσιάστηκε από την **ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ** μία πράγματι πρωτοποριακή έκδοση: **η ιστορία της επιχειρηματικότητας, μέσα από τον ελληνικό κινηματογράφο**. Μία καταπληκτική συλλεκτική έκδοση, έργο της Δρος Αγγελικής Μυλωνάκη, με τίτλο «Δουλειές με Φούντες». Η ιστορία της επιχειρηματικότητας παρουσιάζεται μέσα από την επεξεργασία 500 περίπου ταινιών της Χρυσής Εποχής του ελληνικού κινηματογράφου. Η έκδοση συνοδεύεται και από DVD με χαρακτηριστικά αποσπάσματα από ελληνικές ταινίες. Θερμά συγχαρητήρια στους εμπνευστές της προσπάθειας και περιμένουμε πλέον, όχι **«ψήγματα»** πολιτισμού, αλλά **«καταιγισμό»** πολιτιστικών ιδεών και έργων.

Τα έχουμε ανάγκη.

Μέχρι να μάθει κανείς να "διοικεί" το χρόνο, δεν μπορεί να διοικήσει τίποτε άλλο.

Peter Drucker





Τι θα ήταν ικανός να κάνει ένας απλός εργαζόμενος για να «χτίσει» το μέλλον του; Μέχρι που μπορεί να φτάσει ένας υπάλληλος προκειμένου να κερδίσει την εύνοια του αφεντικού του και να εξασφαλίσει μια καλύτερη θέση στην εταιρία η έναν καλύτερο μισθό; Απ' ό,τι φαίνεται, πολύ μακριά!

Δυστυχώς η ευγενής άμιλλα δεν είναι χαρακτηριστικό όλων των ανθρώπων, γι' αυτό και οι περισσότεροι έχουμε γνωρίσει συναδέλφους πρόθυμους να κάνουν τα πάντα για να πετύχουν τους σκοπούς τους. Η πιο γνωστή τακτική της συγκεκριμένης κατηγορίας υπαλλήλων είναι «το ευγενικό παιδί για όλες τις δουλειές». Οι εν λόγω υπάλληλοι διεκπεραιώνουν «με ευχαρίστηση» όλες τις εξωτερικές δουλειές του αφεντικού τους, του χαμογελούν ακόμα και όταν δεν το νιώθουν, συμφωνούν μαζί του ακόμα και όταν διαφωνούν, φροντίζουν να είναι πάντα παρόντες στην αποχώρησή του για να δείξουν πόσες ώρες εργάζονται προς όφελος της εταιρίας, και άλλα πολλά...



Πέρα όμως από αυτή τη δουλοπρεπή συμπεριφορά, οι «έτοιμοι για όλα» υπάλληλοι έχουν να επιδείξουν και άλλα ταλέντα. Δεν διστάζουν να προκαλέσουν τον ανώτερό τους σε ερωτικό παιχνίδι για να έχουν ό,τι δεν μπορούν να αποκτήσουν με την αξία τους. Ακόμη και αν η ερωτική αποπλάνηση δεν ολοκληρωθεί, χάρη στην προκλητική συμπεριφορά τους θα αντιμετωπιστούν ασφαλώς ευνοϊκότερα απ' ό,τι οι υπόλοιποι συναδέλφοί τους. Υπάρχουν όμως και χειρότερα.. Οι «έτοιμοι για όλα» υπάλληλοι μπορούν να φτάσουν ακόμα και πιο μακριά, προκειμένου να πετύχουν τον στόχο τους. Μπορούν, παραδείγματος χάρη, να καταστρέφουν αρχεία στον υπολογιστή των συναδέλφων τους, να διαδίδουν φήμες, να τους κακολογούν ασταμάτητα, να υπαινίσσονται στον προϊστάμενό τους ότι περνούν πολλές ώρες στο Ίντερνετ, παραμελώντας τα καθήκοντά τους ή ακόμα και ότι αναζητούν εργασία σε ανταγωνιστή.



Πού μπορείτε να συναντήσετε τους «έτοιμους για όλα» υπαλλήλους;

Η συγκεκριμένη κατηγορία υπαλλήλων συναντάται κυρίως σε μεγάλες εταιρίες. Όπου υπάρχει έντονος ανταγωνισμός και συνεπώς, είναι δύσκολο ν' ανέβει κάποιος στην ιεραρχία. Στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπου το αφεντικό είναι και ο ιδιοκτήτης, οι υπάλληλοι δύσκολα

θα προβούν σε τέτοιες ενέργειες. Ακόμη δυσκολότερα, ο ιδιοκτήτης θα προαγάγει κάποιον, ο οποίος δεν το αξίζει αφού η τύχη της περιουσίας του τον ενδιαφέρει περισσότερο από την ικανοποίηση του υπαλλήλου του. Επιπλέον, στις μικρές επιχειρήσεις, οι σχέσεις μεταξύ του προσωπικού είναι πιο άμεσες, οπότε οι υπάλληλοι είναι πιο προσεκτικοί.



Πόσο ικανοί είναι οι «έτοιμοι για όλα» υπάλληλοι;

Οι συγκεκριμένοι υπάλληλοι έχουν ως αρχή ότι ο σκοπός αγιάζει τα μέσα. Όμως για ποιο λόγο χρησιμοποιούν πλάγια μέσα; Δεν έχουν τα απαραίτητα προσόντα για να πετύχουν τους στόχους τους, παίζοντας με ανοιχτά χαρτιά; Οι «έτοιμοι για όλα» υπάλληλοι μπορούν να είναι ικανά στελέχη με πλούσιο βιογραφικό, αξιόλογη προϋπηρεσία και δημιουργικές ιδέες. Αυτό που τους διακρίνει όμως είναι η ανάγκη τους να ανέβουν γρήγορα επαγγελματικά πατώντας επί πτωμάτων. Η προαγωγή και η αύξηση του μισθού, τους απασχολεί πολύ παραπάνω απ' όσο απασχολεί τους συναδέλφους τους, οι οποίοι τους ανταγωνίζονται με θεμιτά μέσα. Αρκετοί πιθανόν να χαιρόνται που δεν έχουν συνεργαστεί μέχρι τώρα με αριβίστες. Άλλοι ίσως αναγνωρίζουν τους συναδέλφους τους σε όσα είπαμε και άλλοι τον ίδιο τους τον εαυτό!

Πηγή: Manager

Η συμβουλή του μήνα

ΑΝΕΠΙΚΕΡΔΕΙΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Ο κατάλληλος τρόπος να τους διαχειριστείτε...



Οι **προβληματικοί πελάτες** μπορεί να κοστίζουν πολλά χρήματα στην εταιρία σας, όμως η άμεση απόρριψή τους, ίσως να μην είναι ο καλύτερος τρόπος απαλλαγής από το βάρος τους.



Τα υπέρ – και – κατά της διακοπής των σχέσεων με τους ζημιογόνους πελάτες.

Χρησιμοποιώντας πραγματικά παραδείγματα, οι συγγραφείς επιδεικνύουν το πώς η απόφαση τερματισμού της σχέσης με έναν πελάτη – ή μιας ολόκληρης κατηγορίας πελατών – μπορεί να οδηγήσει: σε αύξηση κερδών, σε τόνωση του ηθικού των εργαζομένων, σε επίλυση ζητημάτων περιορισμένης επάρκειας και υποστήριξη της εταιρικής στρατηγικής.

Ωστόσο, ο τερματισμός εμπεριέχει δυνητικούς κινδύνους για διάφορα μέρη, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται οι εναπομείναντες πελάτες και οι εργαζόμενοι που συχνά αναρωτιούνται αν πλησιάζει και η δική τους «σειρά». Ακόμα, οι ηθικές και νομικές κυρώσεις – όπως και ο κίνδυνος της κακής δημοσιότητας – υπάρχουν πάντα.

Προτού προβείτε σε ενέργειες, αναφέρουν οι συγγραφείς, συμβουλευτείτε τα πέντε μέρη της «**περιοριστικής πολιτικής**» που έχουν συστήσει. Κατά πρώτον, επανεξετάσετε το πλαίσιο στο οποίο κινούνται οι υπάρχουσες σχέσεις πελατών. Ίσως διαπιστώσετε πως ο παραγωγικότερος τρόπος παρέμβασης είναι η **εκπαίδευση των πελατών** και όχι η απόρριψή τους.



Σε ορισμένες περιπτώσεις, αν **επαναδιαπραγματευτείτε την προσφερόμενη αξία**, θα βγείτε κερδισμένοι και οι δύο. Σε άλλες, θα είναι προτιμότερο να τους «μεταφέρετε» σε άλλες θυγατρικές ή εναλλακτικούς παρόχους. Εάν γίνει απαραίτητος ο τερματισμός της σχέσης με τον πελάτη, χρησιμοποιήστε έναν ευθύ, διαπροσωπικό τρόπο.



Καμία επιχείρηση δεν έχει την πολυτέλεια να περιορίζει την πελατειακή της βάση, οπότε και η διακοπή των σχέσεων δε θα πρέπει να περιορίζεται απλά στο ποιος είναι επικερδής και ποιος όχι – οι στρατηγικές επιπτώσεις είναι πολύ σημαντικές για κάτι τέτοιο. Τελικά, η απόφαση της «**διακοπής ή μη**», μπορεί να είναι ο «**δυσκολότερος πελάτης**» όλων.



ΠΗΓΗ: Customer Management
Harvard Business Review

