

#11



GECON NewsLetter
Σεπτέμβριος 2007





Editorial



Αγαπητοί μας φίλοι και συνεργάτες,

Αισίως ξεκινήσαμε την δραστηριότητα μας μετά την καλοκαιρινή «ραστώνη» πατώντας απότομα γκάζι, λόγω των ... απρόβλεπτων εκλογών. Νέα πρόσωπα, νέες πολιτικές, πολλές ... παροχές. Για ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ δεν ακούσαμε τίποτα και από κανένα κόμμα εξουσίας: στρατηγική για την Παιδεία, τον μεγάλο μας ασθενή, για το ασφαλιστικό, για την οικονομία.

Φύγαμε για διακοπές με την δημιουργική αίσθηση από τα εγκαίνια της ΤΕΧΝΟΠΟΛΗ Α.Ε. και της ΤΗΕRΜΙ Α.Ε. Ιδιωτικές πρωτοβουλίες και οι δύο. Εξαιρετικά σημαντικές εξελίξεις. Αναβαθμίζουν το επιχειρηματικό περιβάλλον της πόλης μας.

Η παρουσία επίσης 4 διακεκριμένων ομιλητών στο **3^ο Forum της ΔΕΘ** ήταν μια ευχάριστη ... έκπληξη για τους συμμετέχοντες, οι οποίοι όμως ήταν **ελάχιστοι** σε σχέση με την βαρύτητα των θεμάτων και των ομιλητών.

Όμως οι κρατικές παρεμβάσεις δεν μας αφήνουν να ησυχάσουμε: η προετοιμασία και η υποβολή φακέλων ΠΕΠ για εμπόριο και υπηρεσίες υλοποιείται **δωρεάν** από τις Τράπεζες, από ορισμένα Επιμελητήρια, δημιουργώντας για μία ακόμα φορά ΑΘΕΜΙΤΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ, με τις Εταιρίες Συμβούλων. Σίγουρα η συνηθισμένη ΠΑΡΕΜΒΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ των μειοψηφιών, ΔΕΝ βοηθά στην ανάπτυξη και στην δραστηριότητα των ΜΜ επιχειρήσεων.

Ας κρατήσουμε όμως τα θετικά από τις εναλλαγές αυτές του περιβάλλοντος και ας προσπαθήσουμε να πορευτούμε στις επιχειρήσεις μας το υπόλοιπο 2007, με μια πιο ξεκάθαρη, συγκροτημένη και συγκεκριμένη στρατηγική.

Κ. Γεωργάκας

Σε αυτό το τεύχος...



Editorial	σελ.2
Νέα της GECON	σελ.3
Νέα της αγοράς	σελ.4
Περί ψυχολογίας ο λόγος...	σελ.5
ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΤΕΛΟΣ – ΑΛΛΑΓΗ ΚΑΡΙΕΡΑΣ ΤΩΡΑ!!!	
Συνέντευξη του μήνα: Συνέντευξη με τον κ. Νικόλαο Βιδάλη Πρόεδρος & Διευθύνων σύμβουλος της VIMATEC	σελ.6
Άρθρο του μήνα Το σύνδρομο της Διαφήμισης	σελ.7
Συμβουλή του μήνα: ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΕΙΘΟΥΣ.. με βάση τις παραδόσεις του ROBERT CIALDINI στο MIT	σελ.8

Το επόμενο Newsletter θα κυκλοφορήσει τον Δεκέμβριο του 2007



Ξεκίνησαν τα εκπαιδευτικά μαθήματα του προγράμματος **GECON BUSINESS ACADEMY** σε 30 στελέχη του **CLUB HOTEL CASINO LOUTRAKI**. Το πρόγραμμα αυτό απευθύνεται σε στελέχη επιχειρήσεων και επιχειρηματίες που δεν είχαν μέχρι σήμερα τον χρόνο να παρακολουθήσουν μία πλήρη, ολοκληρωμένη και δομημένη διαδικασία μάθησης σε θέματα καθημερινού MANAGEMENT. Το **GECON BUSINESS ACADEMY** είναι πιστοποιημένο από τον Κρατικό Βρετανικό Οργανισμό **INSTITUTE OF LEADERSHIP AND MANAGEMENT**. Το πρόγραμμα υλοποιείται στις εγκαταστάσεις του CASINO στο Λουτράκι από τον **Δρα Κ. Γεωργάκα** και την ομάδα των εισηγητών του **GECON BUSINESS ACADEMY**.



Ολοκληρώθηκε η πρώτη φάση συνεργασίας της **GECON** με την **ΥΙΟΙ Π. ΣΑΡΑΜΟΥΡΤΣΗΣ ΑΒΕΕ-ΚΟΤΟΠΟΥΛΑ ΧΑΡΜΑ**. Η φάση αυτή περιελάμβανε την αναδιοργάνωση του δικτύου πωλήσεων της εταιρίας και την εκπαίδευση των οδηγών και των πωλητών της. Ήδη ξεκίνησε η β' φάση της συνεργασίας, η οποία περιλαμβάνει την ανάπτυξη του Marketing και της Στρατηγικής της εταιρίας.



Την Παρασκευή 30 Νοεμβρίου 2007 στο πλαίσιο του Money Show 2007, που γίνεται όπως κάθε χρόνο στο ξενοδοχείο HYATT, συνδιοργανώνεται από την **ICBS THESSALONIKI**

BUSINESS SCHOOL, την εταιρία **EUROCONSULTANTS** και την **GECON** ολοήμερο συνέδριο με θέμα «**ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ: ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ, ΕΠΙΛΟΓΕΣ, ΛΥΣΕΙΣ**». (Για την θεματολογία, τους ομιλητές και το πρόγραμμα, θα ενημερωθείτε με έκτακτο Newsletter στα μέσα Νοεμβρίου).



Μέσω της Υπηρεσίας Συμβουλευτικής Υποστήριξης για τις ΜΜΕ του EOMMEX, ο Δρ Κ. Γεωργάκας επελέγη σαν «**Επιχειρηματικός Άγγελος**» (**BUSINESS ANGELS**). Οι «επιχειρηματικοί άγγελοι» είναι οι ενδιαμέσοι μεταξύ επενδυτών και νέων επιχειρηματιών. Βοηθούν στην προσέγγιση των δύο πλευρών με όφελος: για τους επενδυτές, να επενδύσουν σε μία δραστηριότητα η οποία μέσω των επιχειρηματικών αγγέλων έχει οργανωθεί και προετοιμαστεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο (έρευνα αγοράς, business plan κλπ.). Από την άλλη πλευρά οι νέοι επιχειρηματίες οι οποίοι διαθέτουν μία ΝΕΑ ΙΔΕΑ, ένα ΝΕΟ ΠΡΟΙΟΝ ή μία ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, μπορούν μέσα από την διαδικασία αυτή, να έχουν ευκολότερη πρόσβαση σε επενδυτές που ερευνούν την αγορά για νέες επενδυτικές ευκαιρίες.



Ο Δρ Κωνσταντίνος Γ. Γεωργάκας συμμετέχει στην ομάδα εργασίας του ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ στα «Εργασιακά Θέματα και στην Εκπαίδευση Προσωπικού» ως

εκπρόσωπος του ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΕΛΛΑΔΟΣ.



Το **Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης (ΒΕΘ)** εξήγγειλε την κατάρτιση μητρώου συμβούλων, για την εξυπηρέτηση των επιχειρήσεων - μελών του. Η **GECON ΕΠΕ** αλλά και ο Δρ Κ. Γεωργάκας, υπέβαλλαν την αίτηση ένταξης στο Μητρώο και αναμένουν την οριστική απάντηση, καθώς η διαδικασία βρίσκεται στο στάδιο της αξιολόγησης.



Προχωρεί η συνεργασία που ξεκίνησε η **GECON** στην αρχή της χρονιάς με την **VIMATEC-N. ΒΙΔΑΛΗΣ Α.Ε.** σε θέματα Οργάνωσης Πωλήσεων. Παράλληλα έχουν προγραμματιστεί εκπαιδευτικές συναντήσεις με τα στελέχη της εταιρίας και προετοιμάζονται προϊόντικές παρουσιάσεις σε πελάτες της εταιρίας σε όλη την Ελλάδα.



Ολοκληρώθηκε επίσης η συνεργασία με την **ΚΛΙΜΑΜΗΧΑΝΙΚΗ Α.Ε.**, η οποία περιελάμβανε ένα ολοκληρωμένο πακέτο, εσωτερικής οργάνωσης των τμημάτων της επιχείρησης, εκπαίδευσης προσωπικού και σχεδιασμό και εφαρμογή συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας κατά ISO 9001:2000, όπου η εταιρία πιστοποιήθηκε επιτυχώς από τον επίσημο φορέα TUV HELLAS.



Νέα της GECON



Η **GECON ΕΠΕ**, συμμετείχε σε Κοινοπρακτικό σχήμα, μαζί με την εταιρία **ΕΞΕΛΙΞΗ Α.Ε.** στον ανοικτό μειοδοτικό διαγωνισμό του ΕΟΜΜΕΧ για το έργο «Έρευνα για την Μεταβίβαση και την Διαδοχή των ΜΜΕ στην Ελλάδα». Το συγκεκριμένο έργο χρηματοδοτείται από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» στο πλαίσιο του Γ΄ ΚΠΣ.



Ύστερα από ενδιαφέρον της **Δημοτικής Επιχείρησης Γιαννιτών**, η **GECON ΕΠΕ**, υπέβαλλε προσφορά σχετικά με την μελέτη μετατροπής την Μη κερδοσκοπικής επιχείρησης του Δήμου Γιαννιτών, σε Κοινοφελή Επιχείρηση, όπως απαιτείται με το νέο Κώδικα των ΟΤΑ.



Παράταση υποβολής των επενδυτικών σχεδίων έως 16.10.2007 - 9.11.2007, ανάλογα με το τελευταίο ψηφίο του ΑΦΜ της επιχείρησης που υποβάλλει πρόταση, έχει πάρει το πρόγραμμα του **ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΠΕΠ - ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ INTERREG III**. Σύμφωνα με το πρόγραμμα ενισχύονται οικονομικά υφιστάμενες επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται στον Τριτογενή Τομέα (θεματικές ενότητες Εμπορίου και Παροχής Υπηρεσιών), με ποσοστό ενίσχυσης από 50% έως 60% ανάλογα την γεωγραφική ζώνη.



Παράταση υποβολής επίσης έχουν πάρει και τα επιχειρηματικά σχέδια προς

ένταξη στη δράση «**Ανάπτυξη Γυναικείας Απασχόλησης και Επιχειρηματικότητας**» στο πλαίσιο των ΠΕΠ του Γ΄ ΚΠΣ έως και την **31/10/2007**. Σχετικά με τον **Αναπτυξιακό Νόμο 3299/2004** έχουν δημοσιευτεί ήδη οι κανονιστικές αποφάσεις και είναι δυνατή η υποβολή επενδυτικών αιτημάτων.



Όσον αφορά το πρόγραμμα **Ολοκληρωμένων Δράσεων Αστικής Ανάπτυξης**, ξεκίνησε η διαδικασία υπογραφής των συμβάσεων η οποία θα πρέπει να έχει ολοκληρωθεί μέχρι τέλος Σεπτεμβρίου 2007. Παράλληλα ξεκίνησε και η διαδικασία υποβολής των ενστάσεων από τους επενδυτές στις τράπεζες.

Νέα της αγοράς



Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟΥ «3ου BUSINESS FORUM» ΤΗΣ ΔΕΘ. Δημιουργικότητα, πάθος και ηγεσία ήταν στο επίκεντρο του «3^{ου} Business Forum» της ΔΕΘ, με εισηγητές τέσσερις κορυφαίους διεθνώς gurus του Management και του Marketing. κ.κ. Rene Carayol, Jordan Ayan, Keith Frizz και Richard Reeves. Στη διαφορά μεταξύ Management και Ηγεσίας

επικέντρωσε την ομιλία του την πρώτη μέρα ο διεθνούς φήμης guru του Management και σύμβουλος σε θέματα ηγεσίας, Rene Carayol, τονίζοντας μεταξύ άλλων: «Οι managers πιστεύουν ότι οι υφιστάμενοι δεν κάνουν τα πράγματα σωστά. Οι ηγέτες αντίθετα πιστεύουν ότι οι υφιστάμενοι τους κάνουν τα πράγματα σωστά, παίρνουν ρίσκα, επενδύουν στους ανθρώπους τους, πολεμούν, μιλάνε με τους ανθρώπους τους όταν στραβώνουν τα πράγματα.

Οι ηγέτες αναζητούν πλεονεκτήματα. Οι managers αναζητούν μειονεκτήματα. Ηγεσία σημαίνει θέλω να κερδίσω. Management σημαίνει θέλω να χάσω, σημαίνει σχεδιασμός, καθήκοντα, έλεγχο παραγωγής, διεργασίες». Σύμφωνα με τον εισηγητή κ. Richard Reeves, έναν από τους πλέον ειδικούς σε θέματα εργασιακού περιβάλλοντος στην Ευρώπη, σε 20 χρόνια από σήμερα οι ώρες εργασιακής αιχμής στα κέντρα των



Περί ψυχολογίας ο λόγος...

ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΤΕΛΟΣ – ΑΛΛΑΓΗ ΚΑΡΙΕΡΑΣ ΤΩΡΑ!!!

Πολλά στελέχη εταιρειών που δραστηριοποιούνται σε εταιρίες υψηλής τεχνολογίας (IT) επιστρέφουν από τις καλοκαιρινές διακοπές και συνειδητοποιούν ότι τελικά η δουλειά τους μάλλον δεν τους αφορά αρκετά...



Η ρουτίνα, η απογοήτευση και η έλλειψη κινήτρου αναφέρονται ως κινητήριες δυνάμεις αυτής της ιδιάζουσας μορφής κατάθλιψης, η οποία εμφανίζεται κάθε Σεπτέμβριο και Οκτώβριο και μαστίζει τα στελέχη, ειδικά στον αναπτυσσόμενο και πολλά απαιτούμενο κλάδο πληροφορικής.

Ως αιτίες της δυσαρέσκειας των εργαζομένων αναφέρονται η χαλαρότητα του καλοκαιριού, η ανακάλυψη του χαμένου – στην καθημερινότητα – εαυτού, καθώς και οι εξαντλητικοί ρυθμοί του σύγχρονου τρόπου ζωής. Ο εργαζόμενος τότε αδιαφορεί για τα πάντα, δεν τον ενδιαφέρουν ούτε οι αυξήσεις, ούτε οι προαγωγές, ούτε το πόσο καλά κάνει τη δουλειά του. Σημασία μόνο για αυτόν έχει η επίτευξη των προσωπικών του στόχων, οι οποίοι δεν μπορούν να μετρηθούν σε οικονομικά μεγέθη, ούτε βέβαια έχουν σχέση με κέρδη και ζημίες.

ΑΛΛΑΓΗ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Οι ψυχολόγοι λένε «ΟΧΙ» σε μια ενδεχόμενη μεταγραφή, αν δεν δοκιμαστούν πρώτα ευκολότερα και πιο προσίτα αντίδοτα. Προτείνουν: άμεσες αλλαγές στο υπάρχον εργασιακό περιβάλλον (μετακόμιση, ή αλλαγή γραφείου, την προσθήκη καλλωπιστικών φυτών, αφισών, νέων χρωμάτων στους τοίχους κ.α.)

ΑΛΛΑΓΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

Η μεταγραφή από εταιρεία σε εταιρεία κρύβει πολλές φορές παγίδες, που ο ενδιαφερόμενος πρέπει να σκεφτεί πριν τολμήσει οτιδήποτε. Οι σύμβουλοι εργασίας υποστηρίζουν ότι Η επαγγελματική πρόοδος, τις περισσότερες φορές, δεν είναι συνέπεια μεταγραφών αλλά έξυπνης εργασίας. Βέβαια κανείς δεν παραγνωρίζει και τη μισθολογική άνοδο των πολλά υποσχόμενων μεταγραφών, διότι ο μεν παλιός είναι αλλιώς, ο δε νέος είναι ωραίος...

Νέα της αγοράς



μεγαλουπόλεων θα αποτελούν παρελθόν, καθώς οι εργαζόμενοι δεν θα εργάζονται σε γραφεία, διότι η αυτονομία του χρόνου και του τρόπου διεκπεραίωσης της εργασίας όχι μόνο κάνει τον εργαζόμενο πιο ευτυχισμένο αλλά και την επιχείρηση πιο παραγωγική και αποδοτική. Οι εισηγήσεις ήταν σε γενικές γραμμές πολύ ενδιαφέρουσες και ιδιαίτερα στα θέματα της ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ο ελληνικής καταγωγής κ. Jordan Ayan (Ιορδάνης Αγιάνογλου) κατάφερε να «ενώσει» το ακροατήριο και να δημιουργήσει ένα συνεχές και δημιουργικό «εργαστήριο» παραγωγής ιδεών.

↓
ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑ THERMI. Στις 12/07/07 εγκαινιάστηκε στη Θεσσαλονίκη η μεγαλύτερη Θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων στη Ν.Α. Ευρώπη, THERMI A.E. (THEssaloniki Research and Management Incubator). Το έργο αυτό, για το οποίο έως σήμερα έχουν επενδυθεί 17εκατ. €, αποτελεί ίσως ένα από τα πλέον επιτυχημένα παραδείγματα συνεργασίας του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Ολοκληρώθηκε μέσα σε μία διετία και αποτελεί ένα υπερσύγχρονο κτίριο 6.000 m², που στεγάζει 31 επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας, που απασχολούν 250 περίπου άτομα και στις οποίες η Θερμοκοιτίδα έχει επενδύσει € 6,3 εκ.

↓
ΤΕΧΝΟΠΟΛΗ. Στις 12/07/07, μπήκε και ο θεμέλιος λίθος στο «Τεχνόπολις». Πρόκειται για το πρώτο «Πάρκο Επιχειρήσεων Υψηλής Τεχνολογίας». Το κατασκευαστικό μέρος της ιδιωτικής αυτής πρωτοβουλίας, που χρηματοδοτείται και από δημόσιους πόρους, έχει ήδη αρχίσει και εντός του 2008 θα ξεκινήσει η ανέγερση των εγκαταστάσεων των πρώτων επιχειρήσεων. Στην πλήρη εξέλιξη της η «Τεχνόπολις» θα έχει τη δυνατότητα φιλοξενίας 100 και πλέον επιχειρήσεων με περισσότερους από 2000 εργαζόμενους ενώ θα αποτελείται από δύο διακριτά αλλά ταυτόχρονα συμπληρωματικά έργα: Την «Τεχνόπολη», τον χώρο, δηλαδή, για την εγκατάσταση των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και τη δημιουργία θερμοκοιτίδας σε χώρο της «Τεχνόπολις» για τις μικρές και δυναμικές επιχειρήσεις - μέλη του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Πληροφορικής Βορείου Ελλάδος.

Ποτέ μην πείτε ότι δεν έχετε αρκετό χρόνο. Έχετε ακριβώς τις ίδιες ώρες όσες είχε ο Σαίξπηρ, η Κιουρί, ο Τζέφερσον, ο Αϊνστάιν και άλλοι.

H.J. BROWN





Η Συνέντευξη του μήνα

Νικόλαος Βιδάλης

Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος,
VIMATEC N. ΒΙΔΑΛΗΣ Α.Ε



GECON NEWS: Κε Βιδάλη, μιλήστε μας για το προφίλ και τη δραστηριότητα της εταιρίας σας.

N. Βιδάλης: Η **VIMATEC** δημιουργήθηκε από την αγάπη του ιδρυτή της για τη σωστή οικοδομική κατασκευή και την πεποίθησή του ότι οι τεχνικοί επιστήμονες δεν πρέπει να απέχουν από τις επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Η **VIMATEC** έχει θέσει σαν στόχο και όραμα να υπηρετήσει και να αναπτύξει τη Δομική Χημεία και τις εφαρμογές της, που σήμερα μαζί με την Οικοδομική Φυσική είναι οι επιστήμες που στηρίζουν τον τομέα των σύγχρονων Δομικών Κατασκευών.

Φιλοδοξεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη της δομικής τεχνολογίας προβάλλοντας και προτείνοντας καινοτόμα δομικά υλικά, που βελτιώνουν σαφώς την ποιότητα των κατασκευών και απαλλάσσουν από τα άπειρα προβλήματα της μέχρι χτες κατασκευαστικής πρακτικής.

Ο ιδρυτής της σαν πολιτικός μηχανικός με εργοταξιακή πείρα, έζησε από πρώτο χέρι τα κατασκευαστικά προβλήματα και αστοχίες του κλάδου στις δεκαετίες '70-'80. Ο σχετικός προβληματισμός τον οδήγησε στην Δομική Χημεία και τη γνωριμία με τις δυνατότητες και λύσεις που αυτή προσφέρει. Έτσι προέκυψε η **VIMATEC** με μια μεγάλη γκάμα προϊόντων, δικής της παραγωγής και εισαγόμενων, που αποτελούν ένα πακέτο ολοκληρωμένων τεχνικών λύσεων με στόχο τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας των οικοδομικών κατασκευών.

GECON NEWS: Ποιο είναι το «δυνατό» σημείο της VIMATEC; Γιατί θα πρέπει ο καταναλωτής να εμπιστευτεί την εταιρία και τα προϊόντα της;

N. Βιδάλης: Η επιστημονική-τεχνική γνώση και εμπειρία του οικοδομικού τομέα επιτρέπει στη **VIMATEC** να προτείνει πάντοτε κατασκευαστικές λύσεις και αντίστοιχα υλικά στα όποια προβλήματα μιας σωστής νέας κατασκευής, αλλά και βελτίωσης ή αποκατάστασης κάθε υφιστάμενης. Οι προτάσεις μας πάντα αξιόπιστες χαρακτηρίζονται από:

- άριστο τεχνικό αποτέλεσμα
- διάρκεια ζωής
- απλότητα εφαρμογής
- ανταποδοτικό κόστος σε λογικά πλαίσια

GECON NEWS: Πως βλέπετε το μέλλον της VIMATEC; Είστε αισιόδοξος για μια πορεία εξέλιξης και ανάπτυξης;

N. Βιδάλης: Πέραν από τον τεχνικό προσανατολισμό η **VIMATEC** προσπαθεί να αναπτυχθεί σωστά σαν ένας ζωντανός επιχειρησιακός οργανισμός. Οι ανθρώπινες σχέσεις τόσο μεταξύ των συνεργατών της όσο και προς το εξωτερικό περιβάλλον βρίσκονται πάντα σε πολύ καλό επίπεδο. Αυτό δίνει ώθηση και αισιοδοξία στις συνεχείς προσπάθειες για ανάπτυξη της εταιρίας. Στοχεύουμε πάντα σε ανοδική πορεία που οδηγεί εκτός των ελληνικών συνόρων ολοένα και περισσότερο.





Εκ πρώτης όψεως, η διαφήμιση δείχνει να είναι μία ενέργεια μαθηματικά υπολογισμένη, τέλος πάντων να είναι ένα από τα gadgets του μάρκετινγκ. Διά της μεθόδου λοιπόν «τρεις το λάδι, τρεις το ξύδι», η οποία σήμερα εφαρμόζεται με προηγμένα μέσα αλλά το concept της παραμένει αναλλοίωτο, καθορίζονται και κατανέμονται κονδύλια και τα λοιπά και τα λοιπά.

Είναι όμως η διαφήμιση, τόσο στεγνά «μαθηματικά δεδομένα»; ή υποκρύπτει και εσωτερικούς ψιθύρους οι οποίοι κάποια στιγμή αναδύονται στην επιφάνεια, όπως εκείνη η τελειωτική λάβα στο «Ταξίδι στο κέντρο της γης»; Άρα, είναι η διαφήμιση (και) μία εσωτερική φλόγα;



Πολύ συχνά, εις πείσμα των specialists οι οποίοι δικαίως διαρρηγνύουν τα ιμάτιά τους με κάτι τέτοια, οι διαφημιζόμενοι – ως ιδανικοί αυτόχειρες-

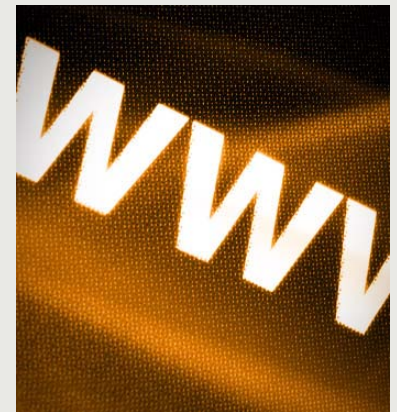
αποφασίζουν από μόνοι τους να διαφημιστούν, χωρίς να ρωτήσουν. Για την ακρίβεια, ρωτούν στη συνέχηση μόνο προς επιβεβαίωση της απόφασης. Είναι πολύ πιθανό να έχουν ήδη σκεφτεί και τα επί μέρους συστατικά της διαφήμισης, και έρχονται σε αντίθεση με άλλους που καταλαβαίνουν πολύ καλά και χρειάζονται να διαφημιστούν αλλά αποφασίζουν.

Σε τελευταία ανάλυση, η διαφήμιση είναι ένα ψυχικό φαινόμενο

Άβυσσος η ψυχή του ανθρώπου, και κατά συνέπεια άβυσσος και η διαφήμιση-διότι, σε τελευταία ανάλυση, η διαφήμιση είναι ένα ψυχικό φαινόμενο. Είναι πολλές φορές που μία διαφήμιση ξεφεύγει από το πλαίσιο της λογικής και περνάει στο πλαίσιο του «θέλω», οπότε κάθε αντικειμενική τεκμηρίωση γίνεται περιττή.



Το ίδιο ισχύει και στις «φυσιολογικές» περιπτώσεις. Γιατί, για παράδειγμα, μια διαφήμιση λέει αυτό και δεν λέει εκείνο; Γιατί είναι σοβαρή ή ζωηρή; Γιατί έχει κίτρινο φόντο και δεν έχει πορτοκαλί;



Γιατί έτσι το θέλησε ο διαφημιζόμενος. Τα εσώψυχα του, του υπαγορεύουν να ακολουθήσει την άλφα ή τη βήτα οδό. Και, κακά τα ψέματα, υπάρχουν λεπτομέρειες (ή ακόμα και βασικά στοιχεία) που, κάθε φορά, είναι καθαρά θέμα προσωπικού γούστου. Αν αλλάξει ο υπεύθυνος διαφήμισης, μπορεί να αλλάξει και η διαφήμιση ολόκληρη.



Είναι ή δεν είναι η διαφήμιση μία ψυχική λειτουργία;

Του Μάνου Γαϊτάνου

Πηγή: Marketing Week

Η συμβουλή του μήνα

ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΕΙΘΟΥΣ.. με βάση τις παραδόσεις του ROBERT CIALDINI στο MIT



1. Έχετε να παρουσιάσετε δύο διαφορετικές λύσεις σε έναν πελάτη. Ποια θα αναφέρετε πρώτη, την πιο ακριβή ή την πιο φτηνή;

Παρουσιάζουμε πρώτα το ακριβό. Απλός κανόνας στρατηγικής, και αυτό γιατί πρέπει να υπάρχει οδός τακτικής υποχώρησης αλλά και ανακούφισης για τον ακροατή.



2. Σε έναν ενδεχόμενο αγοραστή λέτε πρώτα τι θα κερδίσει αν πάρει αυτό που του προσφέρετε ή τι κινδυνεύει να χάσει αν δεν το κάνει;

Πρώτα εξηγούμε τι μπορεί να πάθει ο πελάτης, αν δεν χρησιμοποιήσει τη δική μας λύση. Οι κίνδυνοι και οι ενδεχόμενες καταστροφές έχουν πολύ ισχυρότερη επίδραση από τα όποια πιθανά αποτελέσματα.

3. Διαθέτετε ένα προϊόν με πλεονεκτήματα και ελαττώματα. Σε ποιο σημείο της παρουσίας αναφέρετε τις αδυναμίες, στην αρχή ή το τέλος;

Ξεκινάτε πάντα με τα μειονεκτήματα αυτού που πουλάτε. Έτσι κερδίζετε την εμπιστοσύνη του συνομιλητή σας για την ακρίβεια όσων λέτε. Καθώς όλες οι κοινωνίες εκπαιδεύουν τα μέλη τους σε μια στοιχειώδη ανταποδοτικότητα, θα πέσουν



οι άμυνες. Εντέλει θα έχει λόγους να πιστέψει και τα πλεονεκτήματα που ακολουθούν.



4. Έχετε μια νέα πληροφορία. Πότε πρέπει να πείτε ότι πρόκειται για εντελώς καινούργιο στοιχείο, πριν αναφέρετε περί τίνος πρόκειται ή μετά;

Αναφέρετε ότι πρόκειται για εντελώς νέα πληροφορία από την πρώτη στιγμή. Το μυαλό μας αντανάκλαστικά "χτενίζει" τα λεγόμενα και δίνει προσοχή στο νέο στοιχείο, ακόμα και αν δεν είναι ιδιαίτερα σπουδαίο. Υποκύπτουμε στην φρεσκάδα του.



Πηγή: Financial Ram

