

#20



GECON NewsLetter
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2009



**Υπάρχει
Φιλότιμο
πλέον;**



NewsLetter

#20



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

Editorial



Αγαπητοί φίλοι και συνεργάτες, καλή επάνοδο στην καθημερινότητα και καλό χειμώνα, (από πλευράς κλιματικών αλλαγών και όχι από πλευράς ... εργασιών) !!!

Στο newsletter του Ιουνίου προφητικά ίσως, αναφέραμε ότι ΔΕΝ ΜΑΣ ΑΦΗΝΟΥΝ ΣΕ ΗΣΥΧΙΑ, δεν μας αφήνουν «να αγιάσουμε», να εργαστούμε και να δημιουργήσουμε. Όλο κάτι νέο συμβαίνει που δημιουργεί έντονους προβληματισμούς στο περιβάλλον, στην αγορά και στο επιχειρείν. Στην προκειμένη περίπτωση ... ΕΚΛΟΓΕΣ!!!

Είναι δυνατόν κάθε δύο χρόνια να γίνονται εκλογές το κόστος των οποίων ξεπερνά κάθε φορά τα 150 εκ. ΕΥΡΩ; Από το 1974 και μετά πόσες φορές εξαντλήθηκε η τετραετία των κυβερνήσεων; Νομίζουμε 1 ή 2 φορές. Έχουν δίκιο λοιπόν ξένοι οικονομικοί παράγοντες και ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ που τονίζουν με κάθε ευκαιρία ότι η Ελλάδα δεν έχει ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ, αλλά ΠΟΛΙΤΙΚΟ.

Ίσως όταν λάβετε ηλεκτρονικά το newsletter αυτό, να είναι γνωστά τα αποτελέσματα των εκλογών και ΟΧΙ τα αποτελέσματα των ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ (άλλη τραγική διαστρέβλωση και ερμηνεία της καθημερινότητας). Ελπίζουμε όποια και αν είναι τα αποτελέσματα, ας έχουν ΕΝΑ και ΜΟΝΑΔΙΚΟ στόχο. ΔΟΥΛΕΙΑ και μόνον ΔΟΥΛΕΙΑ.

Επιτέλους ας αφήσουν οι πολιτικοί ελεύθερους τους επιχειρηματίες και τους ελεύθερους επαγγελματίες να δράσουν νόμιμα, αλλά και με ξεκάθαρους όρους στο παιχνίδι της αγοράς. Και όχι όταν η αχαλίνωτη δράση τους και κατασπατάληση των δημόσιων εσόδων οδηγήσει την χώρα κάτω «από τον πάτο του βαρελιού», να στρέφονται πάλι στην ελεύθερη αγορά με έκτακτους φόρους, αυξήσεις τελών κυκλοφορίας, «συνάφεια», «περαίωση» και χίλιες δυο ελληνικές δημοσιονομικές εφευρέσεις.

Καλή δύναμη και καλή επιτυχία στις επιδιώξεις και στους στόχους σας. Οι συνεργάτες της GECON και εγώ προσωπικά είμαστε στην διάθεση σας για να μοιραστούμε μαζί σας τις σκέψεις και τους προβληματισμούς σας για την υγιή και κερδοφόρα ανάπτυξη της δράσης σας.

Σε αυτό το τεύχος...



Κ. Γεωργάκας

Editorial:

σελ. 2

Άρθρο μήνα: «Το Marketing στην πολιτική. Πόσο αποτελεσματική είναι η χρησιμοποίησή του;»

σελ. 3

Νέα της GECON

σελ. 4-5

Νέα της αγοράς

σελ.5

Περί υγείας ο λόγος: Εγκέφαλος, μνήμη και βιταμίνες

σελ. 6

Συνέντευξη του μήνα:

σελ. 7

κα. Λία Καραμπατάκη, Tria Experience

Άρθρο μήνα: Απόσπασμα από το άρθρο του Κ.Γεωργάκα & Σ - Μ. Λενούδια «Το Marketing στην πολιτική. Πόσο αποτελεσματική είναι η χρησιμοποίησή του;» Marketing Report, Σεπτέμβριος 2002 ↘



Με τον όρο **Πολιτικό Marketing** εννοούμε το Marketing των ιδεών και των απόψεων οι οποίες σχετίζονται με δημόσια ή πολιτικά θέματα ή πιο συγκεκριμένα με υποψηφίους πολιτικών κομμάτων. Σε γενικές γραμμές το Πολιτικό Marketing στοχεύει στο να επηρεάσει την ψήφο των εκλογέων και είναι κατά κάποιο τρόπο διαφορετικό από το συμβατικό Marketing γιατί το βασικό συστατικό του είναι ιδέες και όχι προϊόντα.

Γιατί λοιπόν πρέπει να εφαρμοστεί **Marketing στην Πολιτική**; Φυσικά το Marketing δεν είναι πανάκεια ούτε μια "θεραπεία" για κάθε είδους πρόβλημα αλλά μια μέθοδος (διαδικασία), η οποία επιτρέπει τον πιο αποτελεσματικό, εφαρμόσιμο αλλά και σωστό σχεδιασμό των προεκλογικών αγώνων.

Οι Posner και Niffenegger θεωρούν ότι οι πολιτικοί συσχετίζονται άμεσα με την φιλοσοφία των καταναλωτικών προϊόντων και πιστεύουν ότι η υιοθέτηση των στρατηγικών Marketing και προώθησης, θα τους οδηγήσει βραχυπρόθεσμα, αλλά και μακροπρόθεσμα στο να αυξήσουν το ποσοστό τους. Το Marketing προσφέρει στους Πολιτικούς Φορείς τη δυνατότητα να εντοπίζουν **άμεσα τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα των ψηφοφόρων** τους μέσω της ανάλυσης - σχεδιασμού - εφαρμογής και ελέγχου των προεκλογικών τους εκστρατειών. Απαραίτητη προϋπόθεση, η μόνιμη και συστηματική διερεύνηση αυτού που λέγεται Εκλογικό σώμα ή τοπική κοινωνία.

Το ερώτημα που εύλογα δημιουργείται σε κάθε αναγνώστη είναι το πώς θα γίνει αυτή η πολυπόθητη εφαρμογή. Την απάντηση δίνουν οι γνωστοί και

σύγχρονοι "γκουρού" της Στρατηγικής και του Marketing, M. Porter και Ph. Kotler οι οποίοι λαμβάνουν υπόψη τους τέσσερις τύπους "θέσεων" στο πολιτικό σκηνικό, **τον market leader, τον challenger, τον follower, τον nicher.**

Ο **market leader** έχει το μεγαλύτερο ποσοστό και αυτό του δίνει εύκολη αναγνωρισιμότητα από τους εκλογείς με συνέπεια να υφίσταται αδιάκοπη επίθεση από τους υπόλοιπους διεκδικητές. Αυτό που είναι απαραίτητο είναι η συνεχής αναθεώρηση των στόχων - αποστολής, αλλά και εσωτερικής διάρθρωσης του market leader.

Ο **challenger** φιλοδοξεί να γίνει αυτός market leader γιατί το ποσοστό του είναι κοντά σε αυτό του leader. Είναι δηλαδή ο ΔΙΕΚΔΙΚΗΤΗΣ της αγοράς ή της πολυπόθητης εξουσίας. Είναι δυνατό να υπάρχουν περισσότεροι του ενός challenger.

Ο **follower** έχει πιο πολύ ενδιαφέρον σε συγκεκριμένη ομάδα ψηφοφόρων (όχι όμως στενά καθορισμένη) και αναπτυσσόμενη την τάση να αντιγράφει πιο συχνά τον market leader. Οι εκλογικές του δυνάμεις είναι καταμετρημένες σε λίγες περιοχές.

Ο **Nicher** στοχεύει σε περιορισμένη κατηγορία ψηφοφόρων (π.χ. εθνικιστικά γκρουπ, μειονότητες κάθε είδους) επιδιώκοντας να ικανοποιήσει κάθε τους αίτημα.

Τώρα ποιες είναι οι τέσσερις φάσεις-προβλήματα που αντιμετωπίζει αυτός που θέλει να ασχοληθεί με την Πολιτική; Ενδεικτικά αναφέρουμε:

1. Επιλογή Πολιτικού Χώρου
2. Να πάρει το χρίσμα για την υποψηφιότητα του.
3. Να εκλεγεί

4. Να επανεκλεγεί.

Όσο για το ρόλο που πιθανώς να θέλει να διαδραματίσει υπάρχουν τρία βασικά μοντέλα:

1. Loyal Party Worker (πιστός "στενά" κομματικός): έχει τα χαρακτηριστικά του ατόμου που αγωνίζεται για την παράταξη, οτιδήποτε του αναθέτουν το φέρνει σε πέρας με ευσυνειδησία και πάνω από όλα, βάζει το όφελος της παράταξης.
2. Party gadfly (ο πολιτικός καινοτόμος): προσπαθεί να τραβήξει την προσοχή με τις τοποθετήσεις του και αναζητεί καινοτόμες λύσεις. Η τακτική αυτή μπορεί κάτω από ορισμένες συνθήκες να οδηγήσει στην γρήγορη πολιτική του άνοδο όπως και στο να δημιουργηθούν εύκολα πολιτικοί εχθροί μέσα στο ίδιο το κόμμα.
3. Party Statesman (ο διακεκριμένος, ο ώριμος πολιτικός): Ρόλος ενδιάμεσος των δύο προηγούμενων. Αποφεύγει να επιδεικνύει προσωπικές φιλοδοξίες του σε κάθε ενέργεια του, και υιοθετεί τακτική "πυροσβέστη" σε πιθανές ενδοκομματικές διαμάχες, δείχνοντας ότι βοηθά το κόμμα να προχωρά αταλάντευτο. Ο ρόλος είναι πιο κατάλληλος σε πρόσωπα με υψηλούς μακροπρόθεσμα πολιτικούς στόχους.

Βλέπουμε ότι η εφαρμογή του Marketing στο χώρο της Πολιτικής είναι ικανή και αναγκαία συνθήκη για την μακροπρόθεσμη πολιτική επιβίωση αυτού που ασχολείται με τα κοινά. Το αν αυτή η εφαρμογή θα είναι προς όφελος του πολίτη είναι θέμα ανθρώπων και όχι φυσικά μεθόδων Marketing.





Ξεκίνησε ο Γ' κύκλος για το 2009 του GECON BUSINESS ACADEMY στις 25/09/09, ο οποίος πραγματοποιείται στις εγκαταστάσεις της GECON και θα ολοκληρωθεί στις 28/11/09. Στο συγκεκριμένο πρόγραμμα που υλοποιείται από το 2004, συμμετέχουν διευθυντικά στελέχη από την ΥΙΟΙ Π. ΣΑΡΑΜΟΥΡΤΣΗΣ Α.Β.Ε.Ε., ΙΩΝΙΚΗ ΣΦΟΛΙΑΤΑ Α.Ε. και επιχειρηματίες από τους κλάδους των κατασκευών, της πληροφορικής και της υγείας.



Δυναμικό χαρακτηρίζεται το φθινόπωρο των ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ, καθώς τρέχουν προγράμματα που αφορούν όλους τους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας για ΜΜΕ. Συγκεκριμένα:

- ☛ η υποβολή προτάσεων για τα προγράμματα της «**ΝΕΑΝΙΚΗΣ & ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**» ολοκληρώνεται στις 15/10/2009.
- ☛ Επίσης η Α' Δράση του **ΕΣΠΑ** για τα «**ΠΕΠ Μεταποίησης – Τουρισμού -Εμπορίου-Υπηρεσιών**» ολοκληρώνεται στις 18/12/2009, με τη νέα παράταση.
- ☛ Προκηρύχθηκε πρόγραμμα του Υπ. Αγροτικής Ανάπτυξης «**123Α**» για την ενίσχυση του τομέα Γεωργίας & Δασοκομίας, στόχος του οποίου είναι η αύξηση της αξίας των γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων.
- ☛ Ενισχύονται και οι Ελεύθεροι Επαγγελματίες με τρέχον πρόγραμμα, όπου λήγει 30/11/2009.

Στο πλαίσιο του **ΕΠΑΝ ΙΙ** του **ΕΣΠΑ** τον Οκτώβριο έχει γίνει προδημοσίευση & ξεκινούν τα προγράμματα:

- ☛ **ΔΙΑΠΙΣΤΕΥΘΕΙΤΕ** (Η διαπίστευση, δηλαδή η διαδικασία αναγνώρισης από εξουσιοδοτημένο φορέα ότι ένας φορέας ή εργαστήριο έχει την επάρκεια να διεξάγει καθορισμένες δραστηριότητες, τεκμηριώνει την αξιοπιστία της προσφερόμενης στην κάθε περίπτωση υπηρεσίας. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η αξιοποίηση της διαπίστευσης στην περίπτωση του εργαστηριακού ελέγχου.)
- ☛ **ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ** (αφορά την ενίσχυση των επιχειρήσεων για να πιστοποιηθούν με βάση τις απαιτήσεις των προτύπων ISO 9001:2008 ή/και ISO 22000:2005 ή/και ΕΛΟΤ 1801/OHSAS 18001:2007 ή/και ISO 14001:2004/EMAS, ή/και ISO 27000 ή/και SA 8000 ή/και άλλων συστημάτων διαχείρισης που βασίζονται σε πρότυπα ευρείας αναγνώρισης (εθνικά, διεθνή ή κλαδικά)
- ☛ **ΕΞΕΛΙΣΣΟΜΑΙ** (ενίσχυση μεσαίων επιχειρήσεων μεταποιητικού τομέα)
- ☛ **ΣΤΗΡΙΖΩ** (ενίσχυση μικρών επιχειρήσεων μεταποιητικού τομέα),
- ☛ **ΠΡΩΤΟΤΥΠΩ** (το οποίο αποσκοπεί στη στήριξη της επιχειρηματικότητας υπό την μορφή της δημιουργίας / ίδρυσης μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, τα οποία επιδιώκουν να μετατρέψουν μία πρωτότυπη ιδέα, εμπειρική γνώση ή / και μία κατοχυρωμένη αλλά μη εμπορικά αξιοποιημένη τεχνογνωσία σε επιχειρηματική καινοτομία.)

- ☛ **ΜΕΤΟΙΚΩ** (το οποίο αποσκοπεί στην αύξηση της κινητικότητας του ανθρώπινου δυναμικού, στην ενίσχυση της ανάπτυξης των περιφερειακών / τοπικών οικονομιών μέσω της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων, στην αποκέντρωση επιχειρηματικών και βιομηχανικών δραστηριοτήτων και στη βελτίωση του περιβάλλοντος μέσω της μετεγκατάστασης υφισταμένων επιχειρήσεων από τα μεγάλα αστικά κέντρα Αθηνών και Θεσσαλονίκης, στην περιφέρεια.)
- ☛ **ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ** (έχει ως στόχο την ενίσχυση ή τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε τομείς που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος, όπως η διαχείριση και η αξιοποίηση αποβλήτων, η ανάκτηση υλικών, η ανακύκλωση και απορρύπανση, τα γνωστά ως «eco-business»)
- ☛ **ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ** (σκοπός του είναι η ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής διάστασης στη λειτουργία των επιχειρήσεων.)
- ☛ **ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ** (Η δράση ενισχύει την μετεγκατάσταση επιχειρήσεων σε ΒΙΠΕ, ΒΙΠΑ ή ΒΙΟΠΑ)



Νέα της GECON (συνέχεια)

Επίσης αναμένονται:

- ❖ Πρόγραμμα Ενίσχυσης **KEYA** (Κλωστοϋφαντουργία, Ένδυση, Υπόδηση, Δέρμα).
- ❖ Πρόγραμμα Ενίσχυσης Τουριστικών Επενδύσεων που δεν εντάσσονται στον Αναπτυξιακό Νόμο.
- ❖ Δράση Ενίσχυσης Επιχειρηματικών σχεδίων Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων στους τομείς του Εμπορίου και των Υπηρεσιών.

Παράλληλα με όλα τα παραπάνω τρέχει ο Αναπτυξιακός Νόμος 3299/2004

Ξεκίνησε η συνεργασία της GECON με ομάδα επιχειρηματιών στην Αθήνα που δραστηριοποιείται στον τομέα της ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗΣ ΦΥΣΙΚΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ. Ο τομέας είναι ιδιαίτερα δύσκολος και εξαιρετικά ευαίσθητος, γιατί η παροχή υπηρεσιών γίνεται σε ΑΜΕΑ κυρίως νέων ηλικιών που βρίσκονται συνήθως σε ακινησία από διάφορες αφορμές και αιτίες. Η μεθοδολογία που ακολουθείται είναι πρωτοποριακή για τα ελληνικά δεδομένα και δεν έχει σχέση με τις παραδοσιακές μορφές της φυσικοθεραπείας.

Στον τομέα του COACHING, όπου η GECON δραστηριοποιείται τον τελευταίο χρόνο, ξεκίνησε σειρά συνεργασιών με επιχειρηματίες από τον νέο και πρωτοποριακό κλάδο της ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ, καθώς και από τον παραδοσιακό κλάδο των ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.

ΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ, η ανάπτυξη δικτύου λιανικής πώλησης τροφίμων και η δημιουργία συνεργιών για 2 μεγάλες αλυσίδες σε κατηγορίες τροφίμων στην Ρωσία, αποτελούν νέα δυναμικά projects που επεξεργάζεται η εταιρία το τελευταίο διάστημα.

Επίσης η GECON βρίσκεται σε διαπραγματεύσεις για την οργάνωση και το συντονισμό ενός μεγάλου ερευνητικού προγράμματος μέσω ΑΕΙ, ΑΤΕΙ και επιχειρήσεων, στους κλάδους της μηχανικής και της υγείας.

Νέα της αγοράς



Επιτέλους οριστικοποιήθηκε η μετεγκατάσταση της ΔΕΘ στην περιοχή της Σίνδου, με σχετική δήλωση του πρωθυπουργού στην 74^η ΔΕΘ.



ΓΕΝΝΑΙΕΣ & ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ επενδύσεις γίνονται στη Θεσσαλονίκη που αλλάζουν σημαντικά το χάρτη στο χώρο της εστίασης, της γαστρονομίας, του τουρισμού, της διασκέδασης αλλά και της ευρύτερης δημιουργικής επιχειρηματικότητας. Μεταξύ αυτών ξεχωρίσαμε:

- ⊙ **URBAN GREEN:** Η αναγκαιότητα του ΠΡΑΣΙΝΟΥ στις πόλεις. Αυτή την ιδέα μετέτρεψε σε επιχειρηματική δραστηριότητα η εταιρία **VITAVERDE**, η οποία προτείνει και εφαρμόζει «ιδιαιτερές λύσεις πράσινου» με έμφαση στο design και τη λειτουργικότητα σε κατοικίες και επιχειρήσεις.
- ⊙ **KALOS & KLIO SHOWROOM**, ένα πρωτοποριακό project, όπου οι δημιουργοί του αποτυπώνουν εικαστικά τα θέματά τους, με ψηφιακά μέσα, τα οποία μπορούν να έχουν εφαρμογή π.χ. σε ένα κάδρο ή ένα φόρεμα, κ.λ.π.
- ⊙ **EXCELSIOR**, είναι το νέο boutique HOTEL, σε ένα διατηρητέο κτίριο στο κέντρο της Θεσσαλονίκης.
- ⊙ **THE MET HOTEL**, το νέο πολυζητημένο ξενοδοχείο της οικογένειας Χανδρή που αναμένεται να λειτουργήσει στα μέσα Οκτωβρίου,
- ⊙ **Art02** στο **Τελλόγλειο**, οι πλέον δημιουργικές γαστρονομικές προτάσεις του Ε. Μποτρίνι βραβευμένες με Χρυσό Σκούφο,
- ⊙ Το **Punto Es**, που λειτουργεί ήδη ένα χρόνο στη Θεσσαλονίκη, καταξιώθηκε και έχει σταθερούς οπαδούς, φιλοξενεί ειδικές εκδηλώσεις, μουσικές βραδιές και ανανεωμένο μενού.
- ⊙ **Code Vinum**, Ιδιαίτερο εστιατόριο, προσεγμένες & μελετημένες γεύσεις, ξεχωριστά cocktail, αλλά και μία καλά ενημερωμένη κάβα από παγκόσμιους παραγωγούς.

Ξεκίνησε την 1/10 τις πτήσεις της και η Νέα Ολυμπιακή, η ενονομαζόμενη OLYMPIC AIR, με πρώτο...δρομολόγιο προς Θεσσαλονίκη. Παράλληλα ανακοινώθηκε και η δημιουργία των «ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΩΝ ΑΕΡΟΓΡΑΜΜΩΝ», οι οποίες με έδρα τη Θεσσαλονίκη, θα εξυπηρετούν κυρίως διεθνείς προορισμούς. Ευχόμαστε ολόψυχα κάθε επιτυχία στην προσπάθεια re-launching του νέου φορέα.



Περί υγείας ο λόγος: ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΕΓΚΕΦΑΛΟΥ, ΜΝΗΜΗ ΚΑΙ ΒΙΤΑΜΙΝΕΣ

Ο εγκέφαλος είναι ένα όργανο που αν δεν το χρησιμοποιήσουμε και εκπαιδεύσουμε, το χάνουμε. Όσο πιο λίγο χρησιμοποιούμε το μυαλό μας για διάφορες νοητικές δραστηριότητες, τόσο αυξάνονται οι πιθανότητες να μην μας εξυπηρετεί όσο θα έπρεπε ή στο βαθμό που θα μπορούσε να το κάνει.

Η μη χρήση του οδηγεί σε απώλεια. Απώλεια σημαίνει ότι γινόμαστε πιο ευάλωτοι σε ασθένειες εκφυλισμού των πνευματικών ικανοτήτων, όπως η νόσος Αλτσχάιμερ. Τα επιδημιολογικά δεδομένα υποστηρίζουν την εν λόγω θέση. Οι λιγότερο μορφωμένοι, έχουν διπλάσιες πιθανότητες να προσβληθούν από τη νόσο του Αλτσχάιμερ, σε σύγκριση με αυτούς που έχουν τύχει ανωτέρας εκπαίδευσης. Επιπρόσθετα στους λιγότερο μορφωμένους με δουλειές ανιαρές, χωρίς προκλήσεις, ο κίνδυνος για Αλτσχάιμερ, γίνεται τριπλάσιος ή τετραπλάσιος.

Το γεγονός ότι η άσκηση του εγκεφάλου ενδυναμώνει την πνευματική διαύγεια και την αντίσταση στο χρόνο, επιβεβαιώνεται και από απεικονιστικές μελέτες όπως η μαγνητική τομογραφία. Σε ανθρώπους που χρησιμοποιούν τον εγκέφαλο τους με ασυνήθιστους καινούργιους τρόπους, η ροή του αίματος σε διάφορες δομές του εγκεφάλου, αυξάνεται. Δημιουργούνται νέες συνάψεις και νέες λειτουργικές μονάδες.



Πρέπει να γνωρίζουμε, ότι παρά το γεγονός ότι η ανάπτυξη του εγκεφάλου αρχίζει από την παιδική ηλικία, εντούτοις ο εγκέφαλος μπορεί να αναπτύσσεται συνεχώς καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής. Κατά την παιδική ηλικία, είναι πολύ σημαντικό να διαβάζουν στα παιδιά τους, να τους δίνουν σημασία, να μιλούν μαζί τους, να παίζουν διάφορα παιχνίδια, να μεριμνούν για την εκπαίδευσή τους με κάθε τρόπο. Η συνεχής αυτή άσκηση του εγκεφάλου των παιδιών, έχει καθοριστικό ρόλο για τις μελλοντικές πνευματικές ικανότητες τους.

Το ίδιο ισχύει για όλη τη ζωή ακόμα και στα βαθιά γεράματα. Θέλουμε να τονίσουμε ωστόσο ότι η άσκηση του εγκεφάλου δεν πρέπει μόνο να περιορίζεται στο γνωστικό και νοητικό τομέα. Εξίσου σημαντική είναι η κοινωνική πτυχή της άσκησης του εγκεφάλου.

Οι άνθρωποι με εκτενές κοινωνικό δίκτυο σχέσεων και στενών φίλων, διατηρούν σε πολύ καλύτερο βαθμό τις πνευματικές τους δεξιότητες. Το αίσθημα ότι ανήκουν σε μια ομάδα, το ότι έχουν ένα σκοπό στη ζωή, το ότι μπορούν να προσφέρουν, αποτελεί ένα ισχυρό εφόδιο για τη διατήρηση του εγκεφάλου σε άριστη κατάσταση.

Παράλληλα δεν είναι σωστό να ξεχνούμε τη σημασία της σωματικής άσκησης που βελτιώνει όλο το κυκλοφορικό σύστημα του οργανισμού και βελτιώνει την καρδιά. Επίσης την καλή, υγιεινή διατροφή που προσφέρει στον εγκέφαλο βιταμίνες, ιχνοστοιχεία, ωμέγα 3 λιπαρά οξέα και άλλα θρεπτικά συστατικά.

Τέλος υπενθυμίζουμε τα ενδιαφέροντα δεδομένα που υπάρχουν σχετικά με το φολικό οξύ. Ανήκει στην οικογένεια των βιταμινών Β. Περιέχεται σε πράσινα φυλλώδη λαχανικά, δημητριακά, φασόλια, αβοκάντο, μπανάνες, φράουλες, πορτοκάλια, σπαράγγια και ζύμη. Το φολικό οξύ φαίνεται να έχει καθοριστικό ρόλο στην προστασία της μνήμης, των γνωστικών ικανοτήτων και της πνευματικής διαύγειας των ηλικιωμένων.

Πηγή: www.medlook.net

Αποτυχία είναι η ευκαιρία που μας δίνεται να ξεκινήσουμε ξανά με περισσότερη γνώση. Ο δρόμος προς την επιτυχία είναι στρωμένος με αποτυχίες. Για να μπορέσουμε να τις μετατρέψουμε σε χρήσιμες εμπειρίες που θα μας βοηθήσουν να βελτιωθούμε και να ξεχωρίσουμε, πρέπει να αντικαταστήσουμε τη λέξη "απέτυχα" με τη λέξη "έμαθα".

Henry Ford

Συνέντευξη του μήνα: Λία Καραμπατάκη Creative director & Partner, Tria Experience



1. κ. Καραμπατάκη, μιλήστε μας για το προφίλ και τη δραστηριότητα της "tria".

Η tria παρέχει δημιουργικές λύσεις για όλες τις ανάγκες επικοινωνίας που έχει ένα σύγχρονο brand. Όσοι μας γνωρίζουν, μιλούν για εμάς ως μία εταιρεία με ένστικτο για το καινούριο και το διαφορετικό και με την εμπειρία, τον επαγγελματισμό και το ταλέντο να το υλοποιεί. Η στρατηγική που χαράσσει η tria για κάθε brand είναι πάντοτε ανανεωτικά διαφοροποιημένη και βλέπει οπωσδήποτε το internet, το μέσο που πιστεύουμε θα κυριαρχήσει τα επόμενα χρόνια.

Στο www.paretria.gr μπορείτε να έχετε μία συνολική άποψη για το έργο και την κουλτούρα tria και να δείτε όλες τις δουλειές μας που βραβεύτηκαν στα Ermis Awards και στα ΕΒΓΕ.



Έτσι, δεν υπήρχε περίπτωση να αφήσουμε ανεκμετάλλευτη την τεράστια εμπειρία και γνώση του κ. Γεωργάκα και των συνεργατών του. Βουτήξαμε σε μία δημιουργική σειρά σεμιναρίων GECON και καταφέραμε εκτός από την απαραίτητη ενδοσκόπηση, να βελτιώσουμε την επικοινωνία μεταξύ των στελεχών, να ορίσουμε νέα, πιο αποτελεσματικά εργαλεία καθημερινότητας, να δούμε πιο ουσιαστικά το new business και να προχωρήσουμε στο απαραίτητο fine tuning ώστε να "δέσει" μία winning team.

Τα σεμινάρια μας βοήθησαν σχεδόν αυτόματα. Η ομάδα έγινε πιο αποτελεσματική και πολύ πιο παραγωγική, με κοινή αίσθηση των στόχων της εταιρείας. Ήταν μία ουσιαστική εμπειρία, που μας έκανε καλύτερους.

2. Ποια η πορεία του κλάδου της διαφήμισης στη Θεσσαλονίκη σήμερα και ποιο πιστεύετε ότι είναι το μέλλον του?

Θέλουμε να πιστεύουμε ότι στη Θεσσαλονίκη ο διαφημιστικός κλάδος διάγει περίοδο μετάβασης από τα παλαιότερα, αρχαιοπρεπή σχήματα παραδοσιακής ρεκλάμας, σε νέα περισσότερο δραστήρια και αποτελεσματικά. Αλλιώς δεν μπορούμε να εξηγήσουμε αυτή τη χειμερία νάρκη των διαφημιστικών εταιρειών, που θέλει τη διαφήμιση να είναι μια στρατηγική media και μια μακέτα για περιοδικά.

Για να εξελιχθεί ο κλάδος στη Θεσσαλονίκη, θα πρέπει να δει τη διαφήμιση στο internet. Το internet είναι αποδεδειγμένα αποτελεσματικό, δεν απαιτεί

τεράστια budget και είναι όπου είσαι. Το internet είναι το κατεξοχήν μέσο αποκέντρωσης.

3. Ποιο είναι το μόντο της tria?

Η tria είναι εμπειρία. Μία εμπειρία που αξίζει να ζήσεις.

4. Πόσο σημαντικό ρόλο παίζει στην ανάπτυξη της επιχείρησης η εκπαίδευση των στελεχών της, τι οφέλη αποκόμισε η TRIA από το coaching των στελεχών της από τη GECON; Σε ποιους τομείς επωφεληθήκα;

Στην tria η εκπαίδευση δεν σταματά ποτέ. Είναι στο DNA της εταιρείας να εκπαιδεύει διαρκώς τους ανθρώπους της δίνοντάς τους κίνητρα για να εξελίσσονται.

tria
creative community

ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ
NEWSLETTER ΤΗΣ
GECON ΘΑ
ΚΥΚΛΟΦΟΡΗΣΕΙ
ΣΤΑ ΤΕΛΗ
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ

