



GECON NEWS

Ηλεκτρονικό Newsletter **GEORGAKAS CONSULTING GROUP**

Τεύχος 3

Δεκέμβριος 2005

Editorial ...

Αισίως φτάσαμε στο 3^ο Ηλεκτρονικό μας Newsletter (4σέλιδο αυτή τη φορά...). Κρατήσαμε την υπόσχεση μας και ήδη έχετε στην οθόνη σας τις σκέψεις, τις απόψεις, τις ειδήσεις μας και μερικά από τα θέματα με τα οποία ασχοληθήκαμε το τελευταίο τρίμηνο...

Μέσα σε ένα παραγμένο, ασαφές και ασταθές ελληνικό και διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον, οι ΜΜ επιχειρήσεις κυριολεκτικά πασχίζουν να επιβιώσουν και αν τα καταφέρουν να επιβιώσουν ΚΕΡΔΟΦΟΡΑ.

Είναι αυτό εφικτό; **Ασφαλώς και είναι.**

Αρκεί οι επιχειρηματικές αποφάσεις, οι στρατηγικές και οι αναπτυξιακές προσεγγίσεις να γίνονται με το πνεύμα, τις γνώσεις, τις δεξιότητες και την κουλτούρα του 2010 και όχι του 1980 ή και του 1990 ακόμη. Αυτό σημαίνει ότι ο Ευρωπαίος ΜΜ επιχειρηματίας, θα πρέπει να έχει την άποψη και την αντίληψη της **ΓΝΩΣΗΣ**, καθώς και ότι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησής του θα βασίζεται στην **ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ**, στη **ΓΝΩΣΗ** και στην παροχή **ΞΕΧΩΡΙΣΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ** στους πελάτες και στους καταναλωτές του.

ΠΑΝΤΑ ΜΕ ΥΓΕΙΑ ...

ΚΑΛΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ & ΚΕΡΔΟΦΟΡΑ ΧΡΟΝΙΑ, ΤΟ 2006 !!!

Νέα της GECON

◆ Ταξίδι στην Γαλλία πραγματοποίησε ο **Δρ Κωνσταντίνος Γεωργάκας**, Διευθύνων Σύμβουλος της **GECON**, προκειμένου να παρευρεθεί στην ετήσια εκδήλωση «Σαλόνι Μικρομικρών Επιχειρήσεων» - **"Salons des Microentreprises"**. Στη μεγάλη αυτή επιχειρηματική συγκέντρωση συμμετείχαν περί τις 35.000 μικρομικροί επιχειρηματίες ενώ διεξήχθησαν 120 παράλληλες σεμιναριακές εκδηλώσεις. Το "Salons des Microentreprises" πραγματοποιήθηκε στο Παρίσι από τις 27 έως τις 29 Σεπτεμβρίου 2005.

◆ Την μεγαλύτερη έκθεση τροφίμων της Ευρώπης επισκέφτηκαν ο **Δρ Κωνσταντίνος Γεωργάκας** και ο κ. **Αθανάσιος Κουκάκης**, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.**, όπου είχαν την ευκαιρία να ενημερωθούν για τις τελευταίες διεθνείς εξελίξεις του κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων. Πρόκειται για την **ANUGA 2005** που έγινε στην Κολωνία από τις 8-12 Οκτωβρίου και στην οποία συμμετείχαν περισσότερες από 6.000 εταιρίες ενώ οι επισκέπτες ξεπέρασαν τους 200.000. Η ANUGA φέτος έφερε τον γενικό τίτλο **"Fresh Food World"**, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στα φρέσκα τρόφιμα. Στην έκθεση έδωσαν το παρόν εταιρίες κάθε μεγέθους από όλους τους επιμέρους κλάδους της βιομηχανίας τροφίμων, ενώ εντυπωσιακά ήταν τα ελληνικά περίπτερα και οι ελληνικές συμμετοχές. Ο αριθμός των επιχειρήσεων-εκθετών που μετείχαν στο ελληνικό περίπτερο της ANUGA 2005, σημείωσε αύξηση της τάξης του 42% δηλαδή ανήλθε σε 170 συμμετοχές έναντι 120 το 2003. Αντίστοιχα, το ελληνικό περίπτερο, από πλευράς εκθεσιακής επιφάνειας, κάλυψε χώρο 2.980 τ.μ., σε σχέση με 2.211 τ.μ. το 2003 (ποσοστό αύξησης 35%).

◆ Η κα **Στέλλα Σούμσκη**, Project Assistant Manager της **Gecon**, παρακολούθησε το **Brand Forum 2005**, συνέδριο το οποίο διοργάνωσε η εφημερίδα Ναυτεμπορική στις 13 Οκτωβρίου 2005 στο ξενοδοχείο Intercontinental στην Αθήνα. Κεντρικός ομιλητής ήταν ο **Bob Pritchard**, γκουρού του marketing, βραβευμένος ως ο καλύτερος marketer διεθνώς (International Marketer of the Year, 1999). Στο συνέδριο συμμετείχαν ακόμη, σημαντικά πρόσωπα από την ελληνική επιχειρηματική κοινότητα, οι οποίοι και κατέθεσαν τις απόψεις και τις εμπειρίες τους σχετικά με το branding.

◆ Πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη οι προγραμματισμένες συναντήσεις των στελεχών και των εργαζομένων της **ISOMAT A.E.**, στους οποίους αναλύθηκαν όλες οι διαστάσεις του πρωτοποριακού project **BRAND VALUE** για τα προϊόντα της εταιρίας, που σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε από την **GECON**. Οι συναντήσεις αυτές θα συνεχιστούν και το 2006.

ΣΕ ΑΥΤΟ ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ:

- 1 **Editorial**.....σελ.1
- 2 **Νέα της Gecon**.....σελ.1-2
- 3 **Νέα της αγοράς**.....σελ.2
- 4 **Συνέντευξη του μήνα:** Συνέντευξη με τον κ. Θωμά Μήτσιου, Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο της COVER TEX O.E.σελ.3
- 5 **Άρθρο του μήνα:** Το μάρκετινγκ της καινοτομίας και η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην διεπιχειρησιακή αγορά.....σελ.3
- 6 **Συμβουλή του μήνα.** Καινοτομήστε ακολουθώντας 10 απλές τεχνικές.....σελ.4

Νέα της GECON (συνέχεια ...)

◆ Την Ημερίδα **“Leading Change: What Leaders Really Do”**, παρακολούθησε η κα **Ειρήνη Κόντρα**, Σύμβουλος Ανάπτυξης Επιχειρήσεων της **GECON**. Η Ημερίδα πραγματοποιήθηκε στις 19 Οκτωβρίου 2005 στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών. Ομιλητής ήταν ο διεθνώς αναγνωρισμένος ως η πλέον εξέχουσα αυθεντία στον κόσμο σε θέματα Ηγεσίας και Στρατηγικής Αλλαγών, ο καθηγητής του Πανεπιστημίου του Harvard **John Kotter**. Ο J. Kotter ανέλυσε σε βάθος, τόσο τη στρατηγική, όσο και τη μεθοδολογία που πρέπει να ακολουθηθούν τα στελέχη, προκειμένου να οδηγήσουν με επιτυχία τους οργανισμούς τους στην νέα εποχή.

◆ Πρόγραμμα διαφήμισης και επικοινωνίας: Για πρώτη φορά δύο σημαντικοί πελάτες της **GECON**, η **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ A.E.** και η **COVER TEX Θ. ΜΗΤΣΙΟΥ & ΣΙΑ Ο.Ε.**, βγήκαν “στον αέρα”.

Στόχος της **ΦΑΡΜΑΣ ΚΟΥΚΑΚΗ A.E.** ήταν να «δηλώσει την παρουσία της» στην αγορά και να ευχαριστήσει τις χιλιάδες των καταναλωτών-πελατών της για την προτίμησή τους στα προϊόντα της ΦΑΡΜΑΣ. Η επικοινωνία υλοποιήθηκε με ραδιοφωνική καμπάνια 1.000 περίπου μηνυμάτων στο διάστημα Οκτωβρίου-Νοεμβρίου 2005, με διανομή εντύπων στα σημεία πώλησης και ειδική “σηματοποίηση-κολάρο” στις συσκευασίες του γάλακτος. Την καμπάνια υλοποίησε η διαφημιστική εταιρία CAT ADVERTISING.

Η **COVER TEX**, αντίστοιχα «βγήκε στον αέρα» με επικοινωνιακό στόχο το λανσάρισμα του ονόματος της και την γνωριμία της με το καταναλωτικό κοινό, με 25 καταχωρήσεις (ολοσέλιδες και σαλόνια) σε περιοδικά με θέμα το σπίτι και τη διακόσμηση. Την καμπάνια υλοποίησε το δημιουργικό γραφείο COLIBRI.

◆ Με μεγάλη επιτυχία και παρουσία περισσότερων από 100 συμμετεχόντων, πραγματοποιήθηκε η εκδήλωση της **GECON** στο ξενοδοχείο HYATT REGENCY στο πλαίσιο του πολυσυνεδρίου **MONEY SHOW 2005** την Κυριακή 18 Δεκεμβρίου 2005. Η εκδήλωση είχε θέμα: **“ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΣΚΕΨΗ. Εργαλεία για αποτελεσματικό management”**. Το panel των ομιλητών της **GECON** πλαισίωσαν ο Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της **ISOMAT ABBE** κ. Στέφανος Τζιρίτης και ο κ. Δημήτρης Λακασάς Marketing Manager της **OLYMPIA ELECTRONICS A.E.**, οι οποίοι αναφέρθηκαν στην συμβολή της Καινοτομίας στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων τους. Η εκδήλωση μεταδόθηκε ζωντανά μέσα από την ιστοσελίδα της **GECON** και την παρακολούθησαν live 90 περίπου άτομα. Χορηγοί της εκδήλωσης ήταν η **INVENTICS**, η **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ A.E.** και η **CHESTERTON - Γ.ΜΠΑΜΠΑΛΑΤΣΙΔΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.** (Περισσότερα στοιχεία στο **GECONNEWS** του Μαρτίου 2006). Μπορείτε να παρακολουθήσετε όλη την εκδήλωση από την [ιστοσελίδα μας](#)

◆ Την πολύ ενδιαφέρουσα εκδήλωση του **μεταπτυχιακού τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων MBA με εξειδίκευση στο Marketing** του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, η οποία πραγματοποιήθηκε στο πολυσυνεδριο Money Show την Κυριακή 18/12/2005, συντόνισε ο **Δρ. Κωνσταντίνος Γεωργάκας**. Η εκδήλωση είχε θέμα **“Νέες προκλήσεις για τη σύγχρονη επιχείρηση: διερεύνηση και προσέγγιση των βασικών αρχών Οργάνωσης, Ηγεσίας, Στρατηγικής & Marketing.”** Την παρουσίαση έκαναν οι φοιτητές του Γ΄ εξαμήνου του Μεταπτυχιακού προγράμματος κ.κ. Δ. Αθανασιάδης, Ι. Κουανίδης, Ε. Πετσιά & Ε. Ευφραιμιάδης, ενώ σύντομο χαιρετισμό απηύθυνε ο Αναπληρωτής Καθηγητής και Πρόεδρος του Διατμηματικού Προγράμματος Διοίκησης Επιχειρήσεων κ. Ι. Χατζηδημητρίου.

◆ Ο Δρ. Κωνσταντίνος Γεωργάκας συμμετείχε στο συνέδριο **“Innovate or Else...” (4th Marketing Directors Forum)** που έγινε στο Sofitel Athens Airport Hotel, την Πέμπτη 1/12/2005. Κεντρικοί ομιλητές του συνεδρίου ήταν οι Nordstrom Kjell, Barez-Brown Chris και Prodanovic Selma ενώ η διοργάνωση ήταν της **Boussias Communications** και του περιοδικού **Marketing Week**.

◆ Βράβευση του κ. **Αθανάσιου Κουκάκη**, Πρόεδρου και Διευθύνοντα Σύμβουλου της **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ A.E.** πραγματοποιήθηκε στις 10/11/05 από την εταιρία MOTOR PRESS HELLAS A.E. και το περιοδικό **ABOUT ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ**, με την ευκαιρία του εορτασμού των 5 χρόνων από την κυκλοφορία του. Στο σκεπτικό της απόφασης μεταξύ άλλων αναφέρεται ότι «...η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ βραβεύεται γιατί μεταξύ άλλων δίνει μια ΝΕΑ ΓΕΥΣΗ στην πόλη μας ...»

◆ “Τρέχει” η **Ε΄ σειρά** του εκπαιδευτικού προγράμματος **GECON BUSINESS ACADEMY®**. Η **ΣΤ΄ σειρά** έχει οριστεί για τις **20-21-22/01/2006, 10-11-12/02/2006, 10-11-12/03/2006**.

Νέα της αγοράς ...

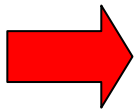
◆ Το **ενδεχόμενο κατάργησης του φόρου τηλεοπτικών διαφημίσεων** που ανέρχεται σε 20% εξετάζει η κυβέρνηση. Η κατάργηση του φόρου αυτού αποτελεί πάγιο αίτημα των καναλιών, της ΕΔΕΕ και του ΣΔΕ. Σύμφωνα με την άποψη του Υπουργείου Οικονομίας, η κατάργηση του φόρου θα οδηγήσει σε αύξηση του τζίρου των τηλεοπτικών διαφημίσεων τουλάχιστον κατά 100 εκατ. ευρώ, όσα περίπου και τα έσοδα του συγκεκριμένου φόρου.

◆ Αξιοσημείωτη επιτυχία καταγράφουν, τουλάχιστον στην πρώτη φάση σταδιοδρομίας τους, οι αλυσίδες **Convenience Stores** στη Βόρεια Ελλάδα. Στόχος τους είναι η διεκδίκηση μεριδίου αγοράς από το λιανεμπορικό τζίρο, με πλεονεκτήματα τις ελκυστικές τιμές στα είδη πρώτης ανάγκης που διαθέτουν και τη λειτουργία των καταστημάτων τους 16 ώρες την ημέρα, με έναν υπάλληλο ανά βάρδια.

◆ Έφυγε από τη ζωή σε ηλικία 95 ετών ο **Peter Drucker**, ένας από τους επιφανέστερους στοχαστές του κόσμου σχετικά με το management και την κοινωνία. Η σκέψη του έχει εμπνεύσει πολλούς σημαντικούς επιχειρηματίες παντού στον κόσμο. Επί έξι δεκαετίες ως δημοσιογράφος, διδάσκαλος, σύμβουλος και συγγραφέας, άνω των 35 βιβλίων, ο Peter Drucker έχει αναγάγει τη θεωρία του management σε ευυπόληπτο, νευραλγικό κλάδο.

◆ Ταχύτατα εξαπλώνονται στη Βόρεια Ελλάδα τα **εμπορικά-ψυχαγωγικά κέντρα**, με επενδύσεις άνω των 35 εκατ. ευρώ στην Κομοτηνή (KOSMOPOLIS PARK), την Ξάνθη (COSMOS CENTER), τα Γρεβενά (ΕΛΙΜΕΙΑ CENTER) και την Καβάλα (υπο κατασκευή).

◆ **Αλλάζει άρδην η αγορά της Θεσσαλονίκης**. Ένα νέο σκηνικό διαμορφώνεται για την πόλη και την ευρύτερη περιοχή, από τη συρρίκνωση παραδοσιακών παραγωγικών κλάδων, όπως της κλωστοϋφαντουργίας, τη διαρκή έλλειψη μεγάλων ελληνικών και ξένων αλυσίδων λιανικού εμπορίου, ξένων discount markets και την μεταστροφή αρκετών Μ.Μ.Ε. από την μεταποίηση στον τομέα του εμπορίου και των υπηρεσιών.



Η Συνέντευξη του μήνα

Θωμάς Μήτσιου
Πρόεδρος και Διευθύνων
Σύμβουλος COVER TEX O.E.



GN: Μιλήστε μας για τη δραστηριότητα και την φιλοσοφία της COVER TEX.

Θ. Μήτσιου: Η COVER TEX δραστηριοποιείται στο χώρο των λευκών ειδών από το 1977. Η κατασκευή των προϊόντων της γίνεται αποκλειστικά στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της στο ΒΙ.ΠΑ. Ωραιοκάστρου στη Θεσσαλονίκη. Η εταιρία διαθέτει πολυετή εμπειρία και υψηλής τεχνολογίας μηχανολογικό εξοπλισμό με αποτέλεσμα την πολύ καλή ποιότητα των τελικών προϊόντων της. Φιλοσοφία της άλλωστε, είναι η καλής ποιότητας και υψηλής λειτουργικότητας κατασκευή προϊόντων που σχετίζονται με τον ύπνο. Ακόμη, η COVER TEX είναι η μοναδική ελληνική εταιρία κατασκευής πουπουλένιων και το μοναδικό μέλος της EDFA (European Down and Feather Association) για την Ελλάδα. Η εταιρία διαθέτει τα προϊόντα της σε περίπου 800 καταστήματα λευκών ειδών στην Ελλάδα, ενώ τα τελευταία χρόνια ασχολείται συστηματικά και με τον ξενοδοχειακό μαρισμό.

GN: Ποιο είναι το "δυνατό" σημείο της COVER TEX, το πλεονέκτημά της σε σχέση με τις άλλες εταιρίες του ανταγωνισμού;

Θ. Μήτσιου: Η COVER TEX έχει να επιδείξει περισσότερα από ένα δυνατά σημεία. Τα στελέχη και οι εργαζόμενοι της διαθέτουν εξειδίκευση στο αντικείμενο εργασίας τους και το αποτέλεσμα είναι η παραγωγή προϊόντων υψηλών προδιαγραφών. Τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τα προϊόντα της εταιρίας είναι η ποιοτική υπεροχή τους, η ποικιλία των σχεδίων, η μεγάλη γκάμα και η πολύ καλή σχέση ποιότητας-τιμής, δεδομένου ότι η COVER TEX εφαρμόζει τη στρατηγική φιλοσοφία "Value for Money", με απώτερο σκοπό την μεγιστοποίηση του οφέλους που απολαμβάνουν οι πελάτες της .

GN: Ποια είναι τα σχέδιά σας για το άμεσο μέλλον;

Θ. Μήτσιου: Το διάστημα αυτό η εταιρία μας προσανατολίζεται στην διερεύνηση στρατηγικών συμμαχιών με επιχειρήσεις του εξωτερικού, στην διερεύνηση και παραγωγή νέων σημάτων, αλλά και στην εισαγωγή νέας γκάμας πολυτελών προϊόντων. Ακόμη, προχωρούμε στην αναδιοργάνωση της εμπορικής μας διάθεσης ενώ παράλληλα σχεδιάζουμε και υλοποιούμε σταδιακά μία οργανωμένη και συστηματική παρουσία στα σημεία πώλησης (merchandising). Από την άλλη, η COVER TEX ύστερα από την πρώτη διαφημιστική της καμπάνια την φετινή χρονιά, προτίθεται να εφαρμόσει συστηματική επικοινωνιακή πολιτική και να επενδύσει στο χτίσιμο της μάρκας της και την αύξηση της αναγνωρισιμότητά της στους δυνητικούς και υφιστάμενους πελάτες της.

Άρθρο του μήνα:

Γράφει ο Δρ Κωνσταντίνος Γεωργάκας,
Διευθύνων Σύμβουλος
του GEORGAKAS CONSULTING GROUP

Το μάρκετινγκ της καινοτομίας και η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην διεπιχειρησιακή αγορά.

Ξεκινώντας την δημιουργία, την διαχείριση και την ανάπτυξη μιας νέας επιχείρησης, είναι απόλυτα αναγκαίο και απαραίτητο για τους νέους επιχειρηματίες, να καθορίσουν το είδος και το στυλ της επιχείρησής τους. Τι είδους επιχείρηση θα "στήσουν";

- Επιχείρηση η οποία makes things happen?
- Επιχείρηση η οποία watches things happen?
- Επιχείρηση η οποία wonders what's happened?

Η καινοτομία είναι σήμερα η πιο σημαντική και η πιο πειστική πρόκληση που αντιμετωπίζει ο επιχειρηματικός κόσμος. Οι επιχειρηματίες αλλά και τα στελέχη των επιχειρήσεων αναγνωρίζουν ότι μόνο η αύξηση της αποτελεσματικότητας των πωλήσεων δεν επαρκεί για την εξασφάλιση μιας μακροχρόνιας επιτυχίας. Και αυτό γιατί το σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον απαιτεί δημιουργικές και καινοτομικές προσεγγίσεις στα θέματα των επιχειρήσεων, ιδίως των νέων επιχειρήσεων. Άρα λοιπόν, η δημιουργία καινοτομικών λύσεων, δεν αρκεί για να εξασφαλίσει στους κατά τεκμήριο άριστους δημιουργούς και επιστήμονες, την επιτυχία. Απαιτείται ΣΗΜΕΡΑ αυτό που λέμε **"Marketing και προώθηση της Καινοτομίας"**.

Με άλλα λόγια, για να μπορέσει ένα ΑΡΙΣΤΟ προϊόν ή υπηρεσία να κάνει "πετυχημένη καριέρα" στην αγορά, θα πρέπει ο φορέας, ο νέος και ο ανερχόμενος επιχειρηματίας, να **ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΕΙ** την αγορά του, τους πελάτες του, να τους κεντρίσει το αγοραστικό ενδιαφέρον για την ΔΙΚΗ του ξεχωριστή καινοτομική λύση και να του δώσει να καταλάβει **ΤΑ ΟΦΕΛΗ** που θα έχει (ο συγκεκριμένος επιχειρηματίας) από την υιοθέτηση της δικής του λύσης.

Οι αρχές της προώθησης και της πώλησης της τεχνολογίας και της καινοτομίας, βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στην φιλοσοφία του **Business to Business Marketing, με εργαλεία το One to One Marketing, με στόχο και για τα δύο μέρη (πελάτη και προμηθευτή), μια win/win situation.** Αυτή η σχέση για να επιτευχθεί απαιτεί ένα συνδυασμό εργαλείων επικοινωνίας, τα οποία και αυτά απαιτούν ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ και σαφή επικοινωνιακό στόχο.

Η Επιχειρηματικότητα από την άλλη πλευρά, αποτελεί σήμερα μία ανερχόμενη ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΔΥΝΑΜΗ, η οποία στοχεύει στην διέξοδο των καινοτομικών τεχνολογικών λύσεων στην αγορά και παράλληλα την ανάπτυξη νέων, μικρών, ευέλικτων και υγιών επιχειρηματικών σχημάτων.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να αναλυθεί σε 4 διαστάσεις, σε 4 "MUST", τα οποία αποτελούν και τον ακρογωνιαίο λίθο της σύγχρονης σκέψης του ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ:

- ΣΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ (INNOVATIVENESS).**
- ΣΤΗΝ ΠΡΟΔΡΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ (PROACTIVENESS).**
- ΣΤΗΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ (COMPETITIVE AGGRESSIVENESS).**
- ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΡΙΣΚΟΥ (RISK TAKING).**

[Περισσότερα εδώ.....](#)

Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΤΟΥ ΜΗΝΑ

Είστε συχνά πηγή διαφοροποίησης ή μήπως είστε από εκείνους τους πολλούς που δεν μπορούν να ξεφύγουν από την "αγκαλιά" της συνήθειας;

ΚΑΙΝΟΤΟΜΗΣΤΕ ΑΚΟΛΟΥΘΩΝΤΑΣ 10 ΑΠΛΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ!

- **Δείτε κάτι διαφορετικά, προκειμένου να γίνεται διαφορετικός.** Οι καινοτομίες προέρχονται από ένα νέο τρόπο με τον οποίο κάποιος μπορεί να δει τα πράγματα. Μάθετε να βλέπετε διαφορετικά, μάθετε να είστε διαφορετικός και τότε θα ανακαλύψετε το διαφορετικό.
- Ένα μεγάλο μέρος από αυτά που αλλάζουν, απλώς δεν μπορείτε να τα δείτε από εκεί που καθόσαστε. **Πρέπει να σηκωθείτε από εκεί και να αναζητήσετε νέες εμπειρίες, να επισκεφτείτε νέους τόπους, να μάθετε καινούρια πράγματα, να πλησιάσετε καινούρια πρόσωπα.**
- **Βρείτε ασυνέχειες.** Ότι αλλάζει πιο γρήγορα θα επηρεάσει εκείνο που αλλάζει πιο αργά. Αυτοί που ξαφνιάζονται από το μέλλον, δεν πρόσεχαν όσο έπρεπε. Αυτοί που δεν μπορούν να εντοπίσουν τις συνέχειες τη στιγμή που εμφανίζονται, θα τους ξυπνήσουν απότομα αυτοί που έδιναν την ανάλογη προσοχή. Το ερώτημα είναι εάν **ΕΣΕΙΣ** προσέχετε όσο πρέπει.
- **Κοιτάξτε εκεί όπου δεν κοιτάζουν οι άλλοι.** Οτιδήποτε μπορείτε να γνωρίζετε εσείς για τις αλλαγές που σημειώνονται στον κόσμο, μπορεί να γνωρίζει και οποιοσδήποτε άλλος. Τα καλά νέα είναι ότι οι περισσότεροι άνθρωποι σε ένα κλάδο εστιάζουν στα ίδια πράγματα και παραμελούν επίσης τα ίδια πράγματα.
- **Αναζητήστε θέματα που υπερβαίνουν τα όρια.** Πρέπει να σταθείτε λίγο μακριά και να αναρωτηθείτε ποιο είναι το σημαντικότερο μήνυμα που προκύπτει από τα εν εξελίξει γεγονότα. Η αναγνώριση τάσεων σε σύνθετα δεδομένα είναι κατά κύριο λόγο, η ικανότητα σύλληψης εννοιών.
- Η αλυσίδα των συνεπειών. **Μην αρκείστε στην αναγνώριση της πρώτης σειράς συνεπειών που κάθε αλλαγή περιλαμβάνει.** Εντοπίστε τη δεύτερη και τρίτη σειρά που συνήθως υπάρχει.
- **Ρωτήστε πολλές φορές τον εαυτό σας τι μπορεί να σημαίνει μια αλλαγή ή κάτι που διαβάσατε ή ακούσατε στα Μ.Μ.Ε.** Μερικές φορές η πραγματοποίηση μιας αποκλειστικής πρόβλεψης είναι θέμα επίπνου ψαξίματος μέσα σε πιο πολλά δεδομένα.
- **Νιώστε την αλλαγή!** Οι άνθρωποι δεν εκμεταλλεύονται μια ευκαιρία, όχι επειδή δεν τη βλέπουν αλλά επειδή δεν τη νιώθουν. Αφήστε τον εαυτό σας και τους συνεργάτες σας, να εκτεθούν σε παράξενα ερεθίσματα και διαπιστώστε ότι μόνο τότε μπορείτε να φανταστείτε ριζοσπαστικές εναλλακτικές λύσεις.
- **Πριμοδοτείστε το καινούριο.** Πόσο συχνά παίρνετε κάποιο περιοδικό που δεν το έχετε διαβάσει ποτέ πριν; Πόσο συχνά πηγαίνετε σε ένα συνέδριο ενός κλάδου για τον οποίο γνωρίζετε ελάχιστα πράγματα; Πόσο συχνά συναναστρέφεστε με άτομα που είναι πολύ διαφορετικά από εσάς;
- **Τηρείτε αιρετική στάση.** Δεν αρκεί η εξάρτηση από την πρωτοτυπία. Το πραγματικό ζήτημα είναι η αντιπαράθεση του παρόντος με το μέλλον, του ορθόδοξου από το ετερόδοξο. Σκεφτείτε αιρετικά, ανάποδα στη ροή του ποταμού. Μη σκέφτεστε όχι, αλλά γιατί όχι. Το μέλλον πρόκειται να εφευρεθεί με ή χωρίς εσάς.

Πηγή: Hamel G., Οδηγώντας την Επανάσταση,

Τα επόμενα
GecoNews θα
κυκλοφορήσουν
τον Μάρτιο του
2006.

**ΤΟ ΜΟΝΟ ΜΕΡΟΣ ΟΠΟΥ Η
ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΠΡΟΗΓΕΙΤΑΙ
ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ, ΕΙΝΑΙ ΤΟ
ΛΕΞΙΚΟ...**

Vidal Sassoon

**"Plans are
NOTHING.
Planning is
EVERYTHING"**

D. EISENHOWER

**"ΑΝ ΔΕΝ ΞΕΡΕΙΣ
ΠΟΥ ΠΑΣ, ΤΟ
ΠΙΘΑΝΟΤΕΡΟ ΕΙΝΑΙ
ΝΑ ΚΑΤΑΛΗΞΕΙΣ
ΚΑΠΟΥ ΑΛΛΟΥ".**

Dr Lawrens PETER



ΚΩΦΙΔΟΥ 8, 55236 ΠΑΝΟΡΑΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
ΤΗΛ: 2310344091
FAX: 2310344046
e-mail: info@gecon.gr