

# GECO NEWS

Ηλεκτρονικό Newsletter **GEORGAKAS CONSULTING GROUP**

Τεύχος 2

Σεπτέμβριος 2005

## Editorial

### Τι μας «έγραψαν» για το 1<sup>ο</sup> τεύχος:

"Ευχαριστώ πολύ για την τακτική ενημέρωση με το Newsletter του γραφείου σας που αφορά τόσο στις δραστηριότητες της Gecon, όσο και σε "Νέα της Αγοράς". Φαίνεται ότι το GecoNews είναι το αποτέλεσμα μιας συντονισμένης προσπάθειας διαφορετικών ανθρώπων με ιδιαίτερη χρησιμότητα στον αποδέκτη. Προσωπικά βρήκα ενδιαφέροντα θέματα και συμβουλές που με βοήθησαν να βγω από την "απομόνωση" που νιώθει κανείς όταν περιορίζει τη δραστηριότητά του σε ένα αντικείμενο και σταδιακά αποκόπτεται από τις εξελίξεις της αγοράς. Εύχομαι να συνεχιστεί και να μας παρέχει τακτικά νέα και συμβουλές για το πώς θα γίνουμε αποδοτικότεροι και καλύτεροι."

**Κωνσταντίνος Δ. Παπαδόπουλος**

"Φίλε Κώστα, πολύ καλή η προσπάθειά σου. Συνέχισε!"

**Γ.Δ.Σακκουλίδης**

Είναι πολύ καλό και είμαι σίγουρος ότι το Σεπτέμβριο θα εκπλαγούμε. Καλή αρχή και Καλή επιτυχία"

**Δ.Ζ.**

"Ευχαριστώ πολύ. Συνεχίστε να μου στέλνετε αυτό το χρήσιμο Newsletter."

**Ευθυμίου Κώστας.**

"Συγχαρητήρια! Πολύ καλό! Χρήσιμο, εύκολο στο διάβασμα και περιεκτικό! Θα περιμένω με χαρά το επόμενο τεύχος... Μέχρι τότε ΚΑΛΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ!!"

**Πέννυ Γεωργιάδου**

"Έλαβα το πρώτο τεύχος Newsletter της εταιρίας σας, το οποίο είναι εκπληκτικό, με ενδιαφέρον περιεχόμενο, που διαβάζεται ευχάριστα λόγω της σωστής δόσης επιστημονικής πληροφόρησης, χωρίς να κουράζει τον αναγνώστη. Συνεχίστε δυναμικά."

**Αντριάννα Γεωργίου**

## Νέα της GECON

◆ Ενημερωτική συνάντηση πραγματοποιήθηκε στις 30/08/2005 στο ξενοδοχείο ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ PALACE, όπου η Gecon παρουσίασε στους ιδιοκτήτες φροντιστηρίων ξένων γλωσσών **PALSO** τις τρέχουσες επιδοτήσεις δηλαδή "ΜΕΤΕΧΩ" και "2.11.2 ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΜΕ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ". Μετά την ολοκλήρωση της παρουσίασης γύρω από τα θέματα επιδοτήσεων, ακολούθησε ένα εκπαιδευτικό δίωρο με θέμα "ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΕΙΤΕ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΑ".

◆ Στις 11/09/2005, στο ξενοδοχείο Grand Hotel Palace, υλοποιήθηκε συνάντηση εκπαιδευτικού χαρακτήρα, στην οποία αναπτύχθηκαν εμπορικά και επικοινωνιακά θέματα στους οδηγούς – πωλητές της γαλακτοκομικής μονάδας **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ**.

◆ Με μεγάλο ενδιαφέρον τα ανώτατα στελέχη της εταιρίας **ISOMAT** παρακολούθησαν την παρουσίαση αναφορικά με τους τρόπους εφαρμογής του Brand Value, το οποίο επιμελήθηκε η Gecon. Η παρουσίαση έλαβε χώρα στο ξενοδοχείο SANI στις 18/09/2005.

## Νέα της αγοράς

◆ Και στην Ελλάδα ο θεσμός των **Superbrands**.

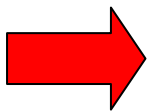
Ο επιτυχημένος πανευρωπαϊκός θεσμός των Superbrands έρχεται και στην Ελλάδα μέσα στο 2006. Η διοργάνωση έχει εξαπλωθεί σε 43 χώρες και ξεκίνησε πριν από μια 10ετία στη Μ. Βρετανία. Ένα εθνικό Συμβούλιο και το καταναλωτικό κοινό, με τη βοήθεια επιστημονικής έρευνας κοινής γνώμης, θα επιλέγουν τα κορυφαία brands τα οποία και θα βραβεύονται σε εκδήλωση στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, στις 23 Φεβρουαρίου 2006.

◆ Έδαφος φαίνεται να κερδίζει στη Θεσσαλονίκη η δημιουργία **Convenience Stores** αν κρίνουμε από την παράλληλη εμφάνιση των αλυσίδων καταστημάτων **Mini Mart**, επιχειρηματικό εγχείρημα του Αχιλλέα Φώλια και **Micra Stores** τα οποία ανήκουν σε εταιρία διανομής με εμπειρία στο χώρο των φιλικών.

◆ Η **Β. Ελλάδα** μετατρέπεται σε **διαμετακομιστικό κέντρο**, λόγω της σημαντικής χρηματοδότησης από το νέο αναπτυξιακό νόμο. Κατά 20% θα ανέβει η κίνηση φορτίων και εμπορευμάτων έως το 2010. Πολλά υποσχόμενη θεωρείται η συνεργασία του Ο.Λ.Θ. με τη θυγατρική του ΟΣΕ «Θριάσιο Πεδίο», με στόχο την κατασκευή ενός εμπορευματικού κέντρου κοντά στις λιμενικές εγκαταστάσεις της Θεσ/νίκης. Στο επίκεντρο των ενδεχόμενων επενδύσεων αναμένεται να βρεθεί και το σύνολο της περιοχής της Δυτικής Μακεδονίας, καθώς γειτνιάζει τόσο με την Αλβανία όσο και με την ΠΓΔΜ.

## ΣΕ ΑΥΤΟ ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ:

- 1 **Editorial**.....σελ.1
- 2 **Νέα της Gecon**.....σελ.1
- 3 **Νέα της αγοράς**.....σελ.1
- 4 **Συνέντευξη του μήνα:** Συνέντευξη με τον κ. Αθανάσιο Κουκάκη, Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο της ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε. ....σελ.2
- 5 **Άρθρο του μήνα:** Υπάρχει ανάγκη για υπηρεσίες consulting σε περίοδο κρίσεως;.....σελ.2
- 6 **Συμβουλή του μήνα:** Συγκριθείτε με τους καλύτερους! Benchmarking.....σελ.3



## Η Συνέντευξη του μήνα

**Αθανάσιος Κουκάκης**  
**Πρόεδρος και Διευθύνων**  
**Σύμβουλος**



**GN: Μιλήστε μας για τη δραστηριότητα και την φιλοσοφία της εταιρίας σας.**

**A. Κουκάκης:** Η Πρότυπη Αγελαδοτροφική μονάδα της οικογένειας ΚΟΥΚΑΚΗ, δημιουργήθηκε το 1977 στους Κάτω Αποστόλους Κιλκίς. Η σχολαστική φροντίδα του ζωικού κεφαλαίου (αγελάδες & πρόβατα), το μεράκι και το πάθος για πρόοδο και ανάπτυξη οδήγησαν στην καθετοποίηση της παραγωγής το 1999 με τη δημιουργία μονάδας παστερίωσης. Από τότε το γάλα συλλέγεται καθημερινά και παστεριώνεται άμεσα, σύμφωνα με τις πιο αυστηρές προδιαγραφές ποιότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για τη **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ**, ο σημαντικότερος παράγοντας για την ποιότητα του φρέσκου γάλακτος και των άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων που παράγει, είναι η άμεση επεξεργασία και η διάθεσή τους στον τελικό καταναλωτή. Έτσι το γάλα, διατηρώντας όλα τα θρεπτικά συστατικά και τις βιταμίνες του από τη μάνα φύση, χωρίς τεχνολογικές ή χημικές παρεμβάσεις, φτάνει σε λίγες μόνο ώρες ολόφρεσκο σε περισσότερα από 600 επιλεγμένα σημεία πώλησης στη Θεσσαλονίκη, το Κιλκίς, την ευρύτερη περιοχή της Χαλκιδικής καθώς και στην Αττική.

**GN: Ποιο είναι το "δυνατό" σημείο της ΦΑΡΜΑΣ ΚΟΥΚΑΚΗ; Γιατί θα πρέπει ο καταναλωτής να την εμπιστευτεί;**

**A. Κουκάκης:** Τα σημεία υπεροχής της **ΦΑΡΜΑΣ ΚΟΥΚΑΚΗ** είναι η εξαιρετική ποιότητα και ο παραδοσιακός τρόπος παραγωγής των προϊόντων της. Το πάθος γι' αυτήν την ποιότητα αλλά και η αυθεντικότητα των παραδοσιακών συνταγών της, επιβραβεύονται καθημερινά από την αυξανόμενη ζήτηση όλων των προϊόντων από τους καταναλωτές.

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

**A. Κουκάκης:** Ηδη βρίσκονται σε εξέλιξη 3 επενδυτικά σχέδια: η δημιουργία μιας νέας υπερσύγχρονης μονάδας παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, η οργάνωση και λειτουργία μιας πλήρως καθετοποιημένης προβατοτροφικής μονάδας η οποία σήμερα αριθμεί ένα ζωικό κεφάλαιο 1500 προβάτων, καθώς και η ολοκλήρωση των εγκαταστάσεων του Κέντρου διανομής των προϊόντων της ΦΑΡΜΑΣ στο Ωραιόκαστρο Θεσσαλονίκης. Παράλληλα όμως ετοιμάζουμε σειρές με νέα προϊόντα για τους καταναλωτές που θα καλύπτουν τις αυξανόμενες καθημερινές τους ανάγκες για γαλακτοκομικά προϊόντα γνήσια, παραδοσιακά και διατροφικά ασφαλή.

## Άρθρο του μήνα:

Γράφουν οι **Δρ Κωνσταντίνος Γεωργάκας** και η **κ. Ειρήνη Κόντρα**  
του **GEORGAKAS CONSULTING GROUP**

### Υπάρχει ανάγκη για υπηρεσίες consulting σε περίοδο κρίσης;

Το management consultancy είναι μια ανεξάρτητη συμβουλευτική υπηρεσία η οποία παρέχεται από εταιρίες ή και άτομα με τις κατάλληλες και υψηλού επιπέδου γνώσεις τους, την εμπειρία τους, τα κατάλληλα προσόντα και τις κατάλληλες δεξιότητές τους σε επιχειρήσεις/πελάτες, προκειμένου να τους βοηθήσουν να προσδιορίσουν και να αναλύσουν προβλήματα ή ευκαιρίες αναφορικά με όλες τις εκφράσεις του σύγχρονου management.

Οι εταιρίες consulting συστήνουν λύσεις ή προτείνουν τρόπους δράσης και ενέργειες, ανάλογα με τα συγκεκριμένα ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι πελάτες τους και βοηθούν στην εφαρμογή τους. Ουσιαστικά οι σύμβουλοι επιχειρήσεων πρέπει να συμβάλλουν στην πραγμάτωση εποικοδομητικών αλλαγών σε οργανισμούς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα της οικονομίας, με την ορθή χρήση και την εφαρμογή των γνώσεών τους και των θεμελιωδών και ουσιαστικών δεξιοτήτων τους.

Στο πλαίσιο αυτό οι εταιρίες consulting παρέχουν ένα ευρύτατο πεδίο υπηρεσιών και εφαρμογών και πραγματικά οδηγούν τις επιχειρήσεις στην αλλαγή. Το ερώτημα που τίθεται συνήθως είναι εάν και κατά πόσον οι προτεινόμενες αλλαγές εφαρμόζονται από τις επιχειρήσεις/πελάτες; Στο σημείο αυτό υπάρχει ένα θέμα «επιχειρηματικής βούλησης» και «νοοτροπίας». Πολλοί θέλουν αλλά δεν μπορούν. Γνωρίζουν τις ελλείψεις και τα προβλήματα των εταιριών τους, αλλά δεν «τολμούν». Θέλουν, αλλά «φοβούνται». Η καινοτομία και η δημιουργικότητα, δύο νέες αναγκαίες παράμετροι του σύγχρονου management, είναι για αρκετούς «άγνωστες λέξεις». Αλλαγή, σημαίνει πάνω από όλα, νέος τρόπος σκέψης.

Σήμερα φαίνεται να είναι αρκετά δύσκολο να αλλάξει η νοοτροπία του «πρωτοπόρου» και του «μοναδικού» της δεκαετίας του 1960, του 1970, αλλά και του 1980 και να προσαρμοστεί η επιχείρηση στη στρατηγική του ανταγωνισμού, του «ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος», της υψηλής ποιότητας, της καινοτομίας και της υψηλής προστιθέμενης αξίας. Αν ρωτήσετε σήμερα 10 επιχειρήσεις/επιχειρηματίες: «Γιατί οι πελάτες σας ή οι καταναλωτές σας θα πρέπει να αγοράσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους από εσάς και όχι από τους ανταγωνιστές σας;», είναι σχεδόν βέβαιο, ότι **δεν** θα πάρετε κάποια πειστική ή «ανταγωνιστική» απάντηση.

Το consulting παίζει σημαντικό ρόλο στην εμπέδωση αυτής της απαραίτητης επαναπροσέγγισης των επιχειρήσεων με το περιβάλλον του 2010; Αναμφισβήτητα ναι. Η αυξημένη αβεβαιότητα των επιχειρήσεων στην εκτίμηση μελλοντικών σεναρίων ανάπτυξης ή επιβίωσης, η παγκοσμιοποίηση των αγορών σε όλο το φάσμα της οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας, η αυξανόμενη σημασία των σύγχρονων θεωριών του management, η συρρίκνωση κάποιων δραστηριοτήτων για λόγους κόστους και ο προσανατολισμός των επιχειρήσεων στις πιο σημαντικές (core) δραστηριότητές τους, η τρομακτική ανάπτυξη της τεχνολογίας της πληροφορίας και η ανάγκη όλων των επιχειρήσεων για διαφοροποίηση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, αποτελούν το σημερινό σκηνικό πάνω στο οποίο οι εταιρίες consulting στην Ευρώπη και σε όλο τον κόσμο καλούνται για δραστηριοποίηση και εφαρμογή σεναρίων αλλαγής.

Οι συμβουλευτικές υπηρεσίες (το management consultancy), είναι δεδομένο ότι θα αποτελέσουν για τα επόμενα χρόνια, τον μόνιμο και απαραίτητο συνεργάτη κάθε επιχειρηματικής δράσης, που θέλει και μπορεί να αναπτυχθεί και να επιβιώσει κερδοφόρα και με προοπτική για το μέλλον.

# Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΤΟΥ ΜΗΝΑ

## Συγκριθείτε με τους καλύτερους!

### Benchmarking

Το Benchmarking είναι η συνεχής και συστηματική σύγκριση μίας ή περισσότερων επιχειρησιακών στρατηγικών, λειτουργιών, διαδικασιών ή πρακτικών, με αυτές των καλύτερων ανταγωνιστών ή αυτών των επιχειρήσεων που θεωρούνται "άριστες" στο συγκεκριμένο αντικείμενο.

Το Benchmarking έχει στόχο να βοηθήσει την επιχείρηση να βελτιωθεί, δίνοντας της έτσι τη δυνατότητα:

- ☛ Να ποσοτικοποιήσει τις υπάρχουσες διαφορές απόδοσης.
- ☛ Να τεκμηριώσει γιατί οι διαφορές αυτές υπάρχουν.
- ☛ Να αναγνωρίσει τα βήματα εκείνα που πρέπει να υιοθετήσει, έτσι ώστε να "προλάβει" και να ξεπεράσει τους καλύτερους από τους ανταγωνιστές της.

Με τη σωστή εφαρμογή του, το Benchmarking αποκαλύπτει "άριστες" πρακτικές της αγοράς και προτρέπει τα στελέχη να σχεδιάσουν τέτοιες διαδικασίες, ώστε να ξεπεράσουν τις άριστες πρακτικές των ανταγωνιστών. Το "American Productivity and Quality Center" δίνει τον εξής ορισμό για το Benchmarking: **"Το Benchmarking είναι μια πρακτική του να είναι κανείς αρκετά ταπεινός, ώστε να παραδεχτεί ότι κάποιος άλλος είναι καλύτερος σε κάτι, και αρκετά σοφός ώστε να προσπαθήσει να μάθει πώς να τον συναγωνιστεί ή ακόμα να τον ξεπεράσει σε αυτό".**

Τα βασικά βήματα του σύγχρονου Benchmarking σύμφωνα με τον R. Camp, είναι:

- ☛ Προσδιορισμός αντικειμένου για Benchmarking.
- ☛ Προσδιορισμός του αποτελεσματικότερου ανταγωνιστή.
- ☛ Επιλογή κατάλληλης μεθόδου συλλογής στοιχείων.
- ☛ Προσδιορισμός του "ανοιγματος" από τον κυριότερο ανταγωνιστή.
- ☛ Εκτίμηση της απόδοσης που θα πρέπει να επιτευχθεί στα επόμενα χρόνια, για προσέγγιση του ανταγωνιστή, λαμβάνοντας υπόψη και τη δική του πιθανή πρόοδο.
- ☛ Επιλογή λειτουργικών στόχων και ελέγχων, που να διασφαλίζουν την αναμενόμενη απόδοση, ώστε να καλυφθεί το ανταγωνιστικό "άνοιγμα".
- ☛ Ανακοίνωση συμπερασμάτων, αποδοχή της προτεινόμενης νέας μεθόδου εργασίας από το προσωπικό.
- ☛ Ανάπτυξη λειτουργικών σχεδίων δράσης, για την επίτευξη των στόχων αυτών.
- ☛ Υλοποίηση των ενεργειών που υπαγορεύουν τα σχέδια δράσης.
- ☛ Έλεγχος των αποτελεσμάτων / τεκμηρίωση της προόδου που επιτεύχθηκε.
- ☛ Επαναπροσδιορισμός των συγκριτικών δεδομένων (Benchmarks).

Πηγή: Market Zoom, Απρίλιος 2004

Τα επόμενα GecoNews θα κυκλοφορήσουν το Δεκέμβριο του 2005.

**"Έχω απηυδήσει και κουραστεί να πηγαίνω σε εργοστάσια και να μην ακούω τίποτα άλλο από όμορφα πράγματα, όπως η ποιότητα και ο κύκλος ζωής και μετά να επισκέπτομαι πελάτες και να μου μιλούν για προβλήματα."**

**John Akers- Πρώην Γενικός Δ/ντης της IBM**

**THERE ARE THREE KINDS OF COMPANIES:  
THOSE WHO MAKE THINGS HAPPEN...  
THOSE WHO WATCH THINGS HAPPEN...  
THOSE WHO WONDER WHAT'S HAPPENED...**

**«Τρέχει» η Δ' Σειρά του εκπαιδευτικού προγράμματος Gecon Business Academy:  
07-08-09/10/05  
04-05-06/11/05**

**Η Ε' Σειρά του εκπαιδευτικού προγράμματος, έχει οριστεί για τις ημερομηνίες:  
18-19-20/11/2005  
09-10-11/12/2005  
13-14-15-01/2006**

**Περιορισμένος αριθμός θέσεων**



**ΚΩΦΙΔΟΥ 8, 55236 ΠΑΝΟΡΑΜΑ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ  
ΤΗΛ: 2310344091  
FAX: 2310344046  
e-mail: [info@gecon.gr](mailto:info@gecon.gr)**