

#7



GECON NewsLetter

Δεκέμβριος 2006





NewsLetter

#7



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

Editorial



Ακόμα μια χρονιά έφτασε στο τέλος της. Με ποιο τρόπο; Ο καθένας από εμάς έχει να διηγηθεί την δική του ιστορία, την δική του εμπειρία, τις δικές του συμπληγάδες ... Όμως ας μην ξεχνάμε ότι πάνω από όλα είμαστε άνθρωποι, με ευαισθησίες, με καρδιά, με συναισθήματα, με το συνειδητό και το υποσυνειδητό μας να «πιέζονται» καθημερινά...

Έχουμε ΟΛΟΙ ΜΑΣ την δική μας προσωπική ζωή, τους ανθρώπους μας που είναι γύρω μας, που τους στηρίζουμε και μας στηρίζουν ...

Η ζωή μας και η υγεία μας είναι το πολυτιμότερο αγαθό μας. Ναι σε «τζίρους», «κέρδη», «στόχους», αλλά με ... «μέτρο». Οι υποχρεώσεις και το κυνήγι της επιβίωσης και της κερδοφορίας δεν τελειώνει ποτέ.

Αγαπητοί μας φίλοι, δεχθείτε σας παρακαλούμε την προτροπή μας: να απολαύσετε τις άγιες μέρες που έρχονται, δίνοντας λίγο περισσότερο χρόνο στον εαυτό σας και στους γύρω σας και να αναπροσαρμόσετε τους στόχους του 2007, δίνοντας μία πιο ΑΝΘΡΩΠΟΚΕΝΤΡΙΚΗ προσέγγιση...

Οι συνεργάτες μου και εγώ, σας στέλνουμε τις πιο ειλικρινές και εγκάρδιες ευχές μας για τα Χριστούγεννα και το Νέο Χρόνο...

Κ. Γεωργάκας

Σε αυτό το τεύχος...



Editorial	σελ.2
Νέα της GECON	σελ.3, 4
Νέα της αγοράς	σελ.4
Περί υγείας ο λόγος...	
ΦΑΚΟΙ ΕΠΑΦΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ PC	σελ.4
Συνέντευξη του μήνα:	
Συνέντευξη με τον κ. Γεώργιο Καρνούτσο, Γενικό Διευθυντή της ΑΡΚΕΤΙΠΟ Ε.Π.Ε.	σελ.5
Άρθρο του μήνα:	
Το μοντέλο των 9F για το πετυχημένο ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης.	σελ.6
Συμβουλή του μήνα:	
Ανάπτυξε τη συμπεριφορά "Είσαι σημαντικός" !	σελ.7

Το επόμενο Newsletter θα κυκλοφορήσει το Μάρτιο του 2007



Την Παρισινή Διεθνή Έκθεση Τροφίμων και Ποτών **SIAL** επισκέφθηκαν **τον Οκτώβριο** ο Δρ Κ. Γεωργάκας, Partner, Managing Director & Senior Consultant της **GECON ΕΠΕ**, ο κ. Πολύκαρπος Παπαδόπουλος, Partner & Senior Consultant της **GECON ΕΠΕ** και ο κ. Αθανάσιος Κουκάκης, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ ΑΕ**. Η κορυφαία αυτή διοργάνωση πραγματοποιήθηκε από τις 22-26 Οκτωβρίου 2006 και συμμετείχαν περισσότεροι από 5.355 εκθέτες από 99 χώρες. Η δυναμική ελληνική παρουσία που διοργάνωσε ο ΟΠΕ στη SIAL, με 117 ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις, επιμελητήρια, κλαδικές οργανώσεις και φορείς, αναμένεται να αποδώσει καρπούς μετά την επιτυχημένη προβολή των ελληνικών τροφίμων και ποτών σε περισσότερους από 140.000 διεθνείς επαγγελματίες επισκέπτες της έκθεσης και την πραγματοποίηση σειράς επιχειρηματικών συναντήσεων και εκδηλώσεων. Η ελληνική παρουσία ήταν η μεγαλύτερη των τελευταίων ετών και η δεύτερη μεγαλύτερη στη SIAL 2006.



Με ιδιαίτερη επιτυχία διενεργήθηκε η **ποιοτική έρευνα καταναλωτών** για λογαριασμό μεγάλου πελάτη της **GECON** από τον κλάδο των γαλακτοκομικών. Πρόκειται για γευστική δοκιμή τυροκομικών προϊόντων, η οποία υλοποιήθηκε με τη μέθοδο **Focus Group**, την Δευτέρα 30 Οκτωβρίου 2006 στο ξενοδοχείο Mediterranean Palace.

Την έρευνα επιμελήθηκαν η κα. Σούμσκη Στέλλα, Project Manager της **GECON** και η ψυχολόγος - κοινωνιολόγος κα. Δήμητρα Σκέμπερη.



Χώρες της Κεντρικής Ασίας επισκέφτηκε πρόσφατα ο Δρ Κωνσταντίνος Γεωργάκας, επικεφαλής ομάδας επιχειρηματιών και συμβούλων επιχειρήσεων, με σκοπό την διερεύνηση βασικών παραμέτρων για την ανάληψη έξι μεγάλων projects, στο πλαίσιο των διεθνών συνεργασιών της **GECON ΕΠΕ**. Στόχος είναι η δημιουργία ομάδων παραγωγής στους κλάδους της κεραμοποιίας, των δομικών υλικών, των τροφίμων κ.λ.π. Παράλληλα, ανατέθηκαν στην ομάδα συνεργατών της **GECON** σημαντικά projects για την αναμόρφωση και την αναδιοργάνωση του Τραπεζικού συστήματος των χωρών αυτών καθώς και των Ταχυδρομικών Υπηρεσιών. **Οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις για επενδυτική ή και εμπορική παρουσία σε μια ανερχόμενη αγορά 115-120 εκ. καταναλωτών, μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί μας.**



Από την 1^η Οκτωβρίου 2006 ο Δρ Κωνσταντίνος Γεωργάκας αρθρογραφεί στην εφημερίδα **ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ** στο ένθετο «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ». Τα άρθρα μπορείτε να τα δείτε αναρτημένα στην ιστοσελίδα μας www.gecon.gr



Διεξήχθη με ιδιαίτερη επιτυχία για 10^η συνεχή χρονιά το Πολυσυνέδριο **MONEY SHOW**, το Σαββατοκύριακο 9 & 10 Δεκεμβρίου 2006. Κατά γενική ομολογία των συμμετεχόντων, ήταν από τις πλέον πετυχημένες διοργανώσεις των τελευταίων ετών με πλήθος εκδηλώσεων οι οποίες σημείωσαν επιτυχία και ένα εκθεσιακό μέρος πιο άνετο και πιο λειτουργικό από προηγούμενες διοργανώσεις. Η ελίτ του επιχειρηματικού και πολιτικού κόσμου της Θεσσαλονίκης και της Β. Ελλάδας έδωσε το παρόν στην σημαντική αυτή πρωτοβουλία η οποία υλοποιείται από την δυναμική ομάδα στελεχών της εταιρίας **ORGANOTECHNICA A.E.**, με την εμπνευσμένη καθοδήγηση του προέδρου της κ. Ηλία Φαραγγιτάκη.



Η **GECON** παρουσίασε το θέμα **ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΤΙΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΕΠΟΧΗΣ** με ομιλητές τους κ.κ. **Δρα Κ. Γεωργάκα** Partner & Managing Director «GECON ΕΠΕ», **Ελένη Ασβεστά (MBA)** Διευθύντρια Τμήματος Προσωπικού «KLEEMANN ΑΕ», **Σπυριδώνα Κουανίδη** Manpower Profile & Cost Analysis Manager «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΪΙΑ ΑΕ», **Χριστίνα Δηματάτη (MBA)** Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού «ΟΜΙΛΟΥ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΠΑΠΙΣΤΑ», και συντονιστή τον **κ. Ν. Περεντίδη** **Γενικό Διευθυντή «ΟΜΙΛΟΥ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΠΑΠΙΣΤΑ»**



Περί υγείας ο λόγος...

ΦΑΚΟΙ ΕΠΑΦΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ PC

Πολλοί χρήστες φακών επαφής αναφέρουν συχνά συμπτώματα δυσανεξίας κατά τη διάρκεια της εργασίας τους στον υπολογιστή. Σε αυτό πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η συχνότητα του βλεφαρισμού.

Πρέπει να σημειωθεί ότι, κατά μέσο όρο, σε φυσιολογικές συνθήκες, ανοιγοκλείνουμε τα μάτια μας περίπου 22 φορές το λεπτό. Έρευνες όμως δείχνουν ότι όταν διαβάζουμε ο αριθμός αυτός μειώνεται κατά δέκα φορές, ενώ όταν εργαζόμαστε μπροστά σε οθόνη ο αριθμός μειώνεται στις μόνο επτά φορές το λεπτό.

Αυτό έχει συνέπεια την αφυδάτωση του φακού επαφής και τη δυσανεξία. Εάν τώρα προσθέσουμε το ηλεκτροστατικό φορτίο της οθόνης, το οποίο ελκύει σκόνη και καπνό, τότε έχουμε σίγουρα ένα βεβαρημένο περιβάλλον. Σε αυτές τις περιπτώσεις μπορείτε να συμβουλευτείτε κάποιον οπτικό, καθώς υπάρχει λύση, όπως π.χ. η χρήση φακών επαφής διαφορετικής υδροφιλίας και παραμέτρων, ώστε να λυθεί το πρόβλημα. Επίσης, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και τεχνητά δάκρυα, που ενυδατώνουν και λιπαίνουν το φακό.

Πηγή: Περιοδικό Manager

Νέα της GECON



Στην εκδήλωση παρέστησαν και οι εκπρόσωποι του Συμβουλίου Απόδημου Ελληνισμού και εκπρόσωποι των Ελλήνων της Ευρώπης, κ.κ. Νικόλαος Σκηνίτης, Μιχάλης Χειμώνας και Άκης Ιωαννίδης οι οποίοι μετά το τέλος συνεχάρησαν τους διοργανωτές της GECON για την άψογη και επαγγελματική παρουσίαση της εκδήλωσης.



Επίσης ο **Δρ Κωνσταντίνος Γ. Γεωργάκας** συμμετείχε με δύο ομιλίες του στις εκδηλώσεις του MONEY SHOW:

- Στην πρώτη εκδήλωση του Συλλόγου Αποφοίτων Μεταπτυχιακών Προγραμμάτων της **ICBS**. Ο τίτλος της ομιλίας του ήταν «**NEVER EAT ALONE ...**»
- Στην εκδήλωση της οργάνωσης **ΓΙΑΤΡΟΙ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ**, με θέμα **Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΣΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.**

Νέα της αγοράς



Κατακλυσμός από νέες επενδυτικές πρωτοβουλίες στον χώρο των υπηρεσιών: ένα νέο OUTLET στον χώρο της ένδυσης ήρθε να προστεθεί στον αριθμό των νέων επιφανειών λιανικής που ανοίγουν στην Θεσσαλονίκη. Ακολουθεί η δημιουργία του νέου καταστήματος PRAKTIKER στην δυτική πλευρά της πόλης, ενώ αναγγέλθηκαν και 3 νέα πεντάστερα ξενοδοχεία, ένα στα δυτικά και δύο στον δρόμο για το αεροδρόμιο ...



Η αύξηση του τζίρου του κλάδου της Πληροφορικής κατά 9% στην διετία 2007-2008, προβλέπεται στην μελέτη του παρατηρητηρίου για την «Κοινωνία της Πληροφορίας». Το 2005 ο συνολικός κύκλος εργασιών του κλάδου, ανήλθε σε 18,9 ΔΙΣ €, από τα οποία ποσοστό 11% αφορούν την Θεσσαλονίκη, 12% την υπόλοιπη Ελλάδα, με την μερίδα του λέοντος 77% να πηγαίνει στην Αττική.



Η Συνέντευξη του μήνα

Γεώργιος Καρνούτσος

Γενικός Διευθυντής ΑΡΚΕΤΙΠΟ Ε.Π.Ε.

ΑΡΚΕΤΙΠΟ
Ε.Π.Ε.

ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΜΕΛΕΤΩΝ-ΚΑΤΑΣΚΕΥΩΝ

GN: Κε Καρνούτσο, μιλήστε μας για το προφίλ και τη δραστηριότητα της εταιρίας σας.

Γ. Καρνούτσος: Η ΑΡΚΕΤΙΠΟ Ε.Π.Ε. δημιουργήθηκε το 1990 στη Θεσσαλονίκη. Τα ιδρυτικά μέλη είναι οι Γιώργος και Μαρία Καρνούτσου, αρχιτέκτονες μηχανικοί και Χρίστος Τόλης, πολιτικός μηχανικός. Η εταιρία στο σύνολό της έχει επιδείξει ισχυρή παρουσία και έργο σε αρχιτεκτονικές μελέτες και design, κατασκευή επαγγελματικών χώρων και παραγωγή κατοικίας. Η ΑΡΚΕΤΙΠΟ Ε.Π.Ε. είναι τεχνική εταιρία που παρέχει πλήρη υποστήριξη στους παρακάτω τομείς:

- Μελέτες οικοδομικών έργων,
- Ειδικές αρχιτεκτονικές μελέτες
- Κατασκευή εξοχικών κατοικιών
- Κατασκευή οικιστικών συγκροτημάτων
- Κατασκευή τραπεζικών καταστημάτων
- Κατασκευή επαγγελματικών και βιοτεχνικών χώρων
- Αναπαλαίωση και ενίσχυση κτιρίων
- Κατασκευή ειδικών χώρων και κτιρίων (γυμναστηρίων, χώρων εστίασης)

Η εταιρία απασχολεί μόνιμο προσωπικό 30 επαγγελματικών στελεχών και ασχολείται σήμερα με μελέτες και έργα κατ' εξοχήν

στην περιοχή της Θεσσαλονίκης αλλά και στην ελληνική περιφέρεια. Στις τελευταίες κινήσεις της εταιρίας συγκαταλέγεται το άνοιγμα στα Βαλκάνια μέσα στο 2006, με τη δημιουργία θυγατρικών στη Βουλγαρία και στη Ρουμανία με αντικείμενο την κατασκευή τραπεζικών καταστημάτων αλλά και την οικοδομική δραστηριότητα. Στον όμιλο της εταιρίας περιλαμβάνεται και η ΤΕΧΝΙΚΑ Α.Ε., εταιρία με εξειδικευμένο αντικείμενο τις επεμβάσεις σε προβληματικούς στατικούς φορείς, αλλά και την προστασία των κατασκευών.

GN: Πως εξασφαλίζει η ΑΡΚΕΤΙΠΟ Ε.Π.Ε. την παροχή ποιοτικών κατασκευαστικών λύσεων και την ικανοποίηση των πελατών της ευρύτερα;

Γ. Καρνούτσος: Η ΑΡΚΕΤΙΠΟ Ε.Π.Ε. είναι μια εταιρία προσηλωμένη στους πελάτες της, η οποία αξιοποιεί τις τελευταίες τεχνολογίες και πραγματοποιεί με σχολαστική ακρίβεια τη διαχείριση των κατασκευών, ώστε να επιτυγχάνει τα υψηλότερα στάνταρ στα έργα της. Η ποιότητα είναι μια λεπτή έννοια που παίζεται στη λεπτομέρεια με συνεχή ενημέρωση και αυστηρό έλεγχο της παραγωγής μελέτης και κατασκευής. Αυτονόητο συμπλήρωμα αυτής της προσπάθειας είναι η διαδικασία

για την πιστοποίηση με ISO 9001, που προχώρησε σήμερα η εταιρία.

GN: Πως βλέπετε το μέλλον της εταιρίας στην κατασκευαστική αγορά που είναι μάλλον αρκετά κορεσμένη; Είστε αισιόδοξοι για μια πορεία εξέλιξης και ανάπτυξης;

Γ. Καρνούτσος: Μιλώντας για την ΑΡΚΕΤΙΠΟ Ε.Π.Ε. θα στεκόμουν στο γεγονός ότι ποτέ δεν επεδίωξε τυχοδιωκτικούς ρυθμούς ανάπτυξης, προσπαθώντας περισσότερο να εξασφαλίσει πλουραλισμό στις δραστηριότητές της για να αποφύγει κάποιον εγκλωβισμό από τον κορεσμό που αναφέρετε. Η απάντηση σ' αυτόν συνήθως, έγκειται στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και τη στροφή σε παράλληλες αγορές. Η αισιοδοξία μας φαίνεται από τις αναπτυξιακές κινήσεις της εταιρίας. Σήμερα η αγορά συνιστά εξαιρετικά ευμετάβλητο περιβάλλον που αντιμετωπίζεται με σκληρή δουλειά, ευελιξία στη σκέψη, αλλά και εμμονή στην ποιότητα. Με τέτοιον συνδυασμό δράσεων ναι, μπορούμε να μιλάμε για το μέλλον.

G.N.: Κε Καρνούτσο σας ευχαριστούμε και σας ευχόμαστε κάθε επιτυχία στους στόχους σας και στην πορεία της επιχείρησής σας.



Το μοντέλο των 9F για το πετυχημένο ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης.



Γράφει ο Δρ Κωνσταντίνος Γεωργιάκας,
Partner & Managing Director της GECON Ε.Π.Ε.

Πολλές φορές γινόμαστε δέκτες των αποριών αλλά και των προβληματισμών νέων ανθρώπων που θέλουν να ξεκινήσουν μια δική τους επιχείρηση. Θέλουν να αναπτύξουν αυτό που ακούγεται τα τελευταία χρόνια και ονομάζεται **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ (Entrepreneurship)**. Σε Ευρωπαϊκές χώρες υπάρχουν «Σχολές Επιχειρηματιών» που εκπαιδεύουν τους νέους επιχειρηματίες σε όλα τα θέματα που αναφέρονται στο καθημερινό management, παρέχοντας ΓΝΩΣΕΙΣ & ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ. Στην χώρα μας ο καθένας είναι ακόμα στις μέρες μας «ότι δηλώσει», με αποτέλεσμα λίγες νέες επιχειρήσεις να πηγαινούν στην β' γενιά και μόνον 10%, στην γ' γενιά.

➤ Παραθέτουμε εν είδη ακρωνυμίου (**9F**) κάποιες βασικές ιδέες που σήμερα

μπορούν να ακολουθήσουν οι νέοι επιχειρηματίες που θέλουν να κάνουν το λεγόμενο «**start up**» της επιχείρησής τους.

➤ Οι ιδρυτές (**Founders**) είναι αυτοί που έχουν την αρχική ιδέα και έχουν ξεκάθαρη εικόνα για την ΑΠΟΣΤΟΛΗ, το ΟΡΑΜΑ και την ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ της επιχείρησής τους. Κάθε νέα επιχείρηση πρέπει να διαθέτει τον «αρχηγό» της. Όμως απαιτείται οι ιδρυτές να εστιάζουν (**Focused**) την επιχειρηματική δραστηριότητα σε ένα όσο πιο συγκεκριμένο γίνεται κομμάτι-τμήμα της αγοράς, δηλαδή είναι απαραίτητη η ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ της επιχειρηματικής ιδέας. Η λήψη των αποφάσεων απαιτεί ταχύτητα (**Fast**) και η υλοποίηση τους πρέπει να πραγματοποιείται άμεσα. Λένε συνήθως στην πράξη ότι καλύτερα είναι να πάρεις ΓΡΗΓΟΡΑ έστω και μια όχι πολύ τεκμηριωμένη απόφαση, παρά να πάρεις ΑΡΓΟΠΟΡΗΜΕΝΑ την σωστή απόφαση. Οι

οργανωτικές δομές μιας νέας επιχείρησης πρέπει να είναι ελαστικές (**Flexible**) και να ανταποκρίνονται στις αλλαγές του περιβάλλοντος, έτσι ώστε ο επιχειρηματίας, οι συνεργάτες και τα στελέχη του να πάντα ακούραστοι καινοτόμοι (**Forever Innovating**).

➤ Οι νέες επιχειρηματικές δράσεις θα πρέπει να λειτουργούν με όσα λιγότερα διοικητικά επίπεδα είναι δυνατόν, δηλαδή να είναι επίπεδες (**Flat**), διατηρώντας όμως τα γενικά έξοδα και τα κόστη τους σε χαμηλά επίπεδα δηλαδή να είναι οικονομικές (**Frugal**) με την παραγωγικότητα όμως σε υψηλά επίπεδα. Τέλος οι καινούργιες εταιρίες θα πρέπει να είναι φιλικές (**Friendly**) προς τους πελάτες, τους προμηθευτές και τους εργαζομένους τους και βέβαια θα πρέπει να είναι ευχάριστες (**Fun**), δηλαδή θα πρέπει οι συνεργαζόμενοι μαζί της να θεωρούν ότι αυτή η συνεργασία είναι ευχάριστη και επωφελής.



“Αν το μόνο εργαλείο που διαθέτετε είναι ένα σφυρί, έχετε την τάση όλα τα προβλήματα να τα βλέπετε σαν καρφιά.”



(Maslow)





Ένα δεδομένο πρωταρχικής σημασίας, είναι ότι κάθε ανθρώπινο ον, είτε είναι αμαθής είτε μεγαλοφυΐα, πολιτισμένος ή απολίτιστος, νέος ή γέρος, έχει την ίδια επιθυμία: Θέλει να αισθάνεται σημαντικός. Συλλογιστείτε το αυτό!

Οι επιτυχημένοι διαφημιστές γνωρίζουν καλά ότι οι άνθρωποι λαχταρούν το γόητρο, τη διάκριση, την αναγνώριση. Τα διαφημιστικά σλόγκαν που φέρνουν πωλήσεις, είναι του είδους "Μια λύση για έξυπνους ιδιοκτήτες", "Οι άνθρωποι με ξεχωριστό γούστο χρησιμοποιούν το Χ", "Οι άλλοι θα σας ζηλέψουν" κ.ο.κ. Αυτά τα συνθήματα λένε ουσιαστικά στους ανθρώπους: "Αγοράστε το προϊόν αυτό και θα γίνεται μέλος της τάξης των σημαντικών ανθρώπων".

Η ικανοποίηση της λαχτάρας, της πείνας των άλλων για σπουδαιότητα, σας οδηγεί στην επιτυχία. Είναι βασικό εργαλείο στην εργαλειοθήκη της επιτυχίας σας. Αλλά ακόμα και να επιδείξετε απλώς τη συμπεριφορά "είσαι σημαντικός", οδηγεί σε αποτελέσματα. Κι όμως, παρόλο που δεν στοιχίζει τίποτε, λίγοι τη χρησιμοποιούν. Αύριο το πρωί προσέξτε καλά και θα δείτε ότι οι περισσότεροι άνθρωποι έχουν συμπεριφορά που φαίνεται να λέει: "Είσαι ένα τίποτα. Δεν με ενδιαφέρεις καθόλου".

Υπάρχει κάποιος λόγος για τον οποίο η συμπεριφορά του στυλ «είσαι ασήμαντος» επικρατεί. Οι περισσότεροι άνθρωποι κοιτάζουν το διπλανό τους

και σκέφτονται: "Δεν μπορεί να κάνει τίποτα για μένα. Άρα δεν είναι σημαντικός".

Εδώ ακριβώς όμως, είναι που οι περισσότεροι κάνουν ένα σημαντικό λάθος. Ο διπλανός μας, ανεξάρτητα από την κοινωνική του θέση ή το εισόδημά του, είναι σημαντικός για σας και αυτό για δύο πολύ βασικούς λόγους.

Πρώτον, οι άνθρωποι κάνουν περισσότερα για σας, όταν τους κάνετε να αισθάνονται σημαντικοί. Σήμερα γραμματείς βοηθούν τους προϊσταμένους τους να κερδίσουν ή να χάσουν πελάτες, ανάλογα με το πώς τους έχει φερθεί ο προϊστάμενος. Αν κάνετε κάποιον να αισθάνεται σημαντικός, θα ενδιαφέρεται για σας.

Δεύτερον, όταν βοηθάτε τους άλλους να αισθανθούν σημαντικοί, βοηθάτε και τον εαυτό σας να αισθανθεί σημαντικός. Ιδού πώς:

1. Δείχνετε την εκτίμησή σας.

Δείχνετε στους άλλους ότι εκτιμάτε αυτά που κάνουν για εσάς. Δείξτε την εκτίμησή σας με ένα ειλικρινές χαμόγελο ή λέγοντας στους άλλους πόσο εξαρτάστε από αυτούς. Μία ανυπόκριτη παρατήρηση όπως "Δεν ξέρω τι θα κάναμε χωρίς εσένα" κάνει τους ανθρώπους να αισθάνονται απαραίτητοι και όταν συμβαίνει αυτό κάνουν όλο

και καλύτερα τη δουλειά τους. Να συγχαίρετε τους ανθρώπους για μικροπράγματα: την εμφάνισή τους, τις ιδέες τους, τις αφοσιωμένες προσπάθειές τους. Μη νομίζετε ότι οι έπαινοι είναι μόνο για μεγάλα επιτεύγματα!

2. Να απευθύνεστε στους άλλους με το όνομά τους.

Κάθε χρόνο, διάφοροι έξυπνοι επιχειρηματίες αυξάνουν τις πωλήσεις τους για αυτό το λόγο. Σε όλους αρέσει να τους απευθυνόμαστε με το όνομά τους. Και μια ειδική υπενθύμιση: όταν μιλάτε με ανθρώπους που δεν γνωρίζετε καλά, να προσθέτετε μπροστά από το όνομά τους τον κατάλληλο τίτλο: Δεσποινίς, Κυρία ή Κύριος. Αυτές οι λεξούλες συμβάλλουν πάρα πολύ στο να αισθάνεται σημαντικός ο συνομιλητής σας.

3. Μην ιδιοποιείστε τη δόξα, επενδύστε την.

Ο έπαινος είναι δύναμη. Επενδύστε τον έπαινο που δέχεστε από τους προϊσταμένους σας. Μεταβιβάστε τον στους υφισταμένους σας, ώστε να τους ενθαρρύνεται για ακόμα μεγαλύτερες επιδόσεις. Όταν μοιράζετε τους επαίνους, οι υφιστάμενοί σας καταλαβαίνουν ότι εκτιμάτε ειλικρινά την αξία τους.

Πηγή: Market Zoom

