



## Περιεχόμενα τεύχους

	ΣΕΛ
Έως τις 4 Μαρτίου η υποβολή των αιτήσεων για τη διεκδίκηση του Ελληνικού Βραβείου Επιχειρηματικότητας	2
Έως τις 21 Μαρτίου τα αιτήματα για τον 4ο Διαγωνισμό Κοινωνικής Καινοτομίας του Ινστιτούτου της ΕΤΕπ	2
Έως τις 31 Μαρτίου τα αιτήματα για τον 21ο Φοιτητικό Διαγωνισμό Economía	2
Εκπαιδευτικά tips: Το Merchandising	3
Επιτυχημένες επιχειρηματικές ιδέες: Στην Ουρουγουάη οι καταναλωτές μπορούν να αγοράζουν παπούτσια με πλαστικά μπουκάλια!	4

## Κούρεμα χρέους, επιμήκυνση... Αυτό είναι το σημαντικότερο;

Το Νο 1 ζητούμενο της νέας κυβέρνησης είναι ο επαναπροσδιορισμός του χρέους, είτε αναφορικά με το ύψος του, είτε αναφορικά με το χρόνο αποπληρωμής του, έτσι ώστε να αποφευχθεί το ενδεχόμενο χρεωκοπίας. Σύσσωμοι οι Έλληνες δεν μπορούν παρά να ευελπιστούν την επιτυχία της διαπραγμάτευσης, σε όποιο πολιτικό χώρο και αν ανήκουν. Το ερώτημα όμως που μπορεί να τεθεί τώρα, κατά αιρετικό τρόπο, είναι: Αυτό είναι το σημαντικότερο;

Το ελληνικό χρέος έχει ήδη περικοπεί και ρυθμιστεί μία φορά. Η εμπιστοσύνη των αγορών είναι κλονισμένη. Σκοπός της διαπραγμάτευσης είναι η ανάκτηση της ικανότητας αποπληρωμής του χρέους και η έξοδος στις αγορές. Αν υποθέσουμε ότι επιτυγχάνονται οι επιδιώξεις

της κυβέρνησης, πιστεύει κανείς ότι οι αγορές θα μας δανείζουν; Και αν ναι, με τι επιτόκιο;

Λέγεται ότι οι αγορές έχουνε μνήμη και δεν πρόκειται να ξεχάσουν ποτέ μία χρεωκοπία. Μία ακόμη περικοπή των κεφαλαίων που έχουν δανείσει ή μία ακόμη ετεροχρονισμένη αποπληρωμή, θα την ξεχάσουν;

Αν είναι μία φορά σημαντικός ο επαναπροσδιορισμός του χρέους ή ο χρόνος αποπληρωμής του, είναι πολύ περισσότερο σημαντική η αύξηση της ρευστότητας του ελληνικού δημοσίου, αφού έτσι θα μπορούσε να αποπληρώνει τις δόσεις του, όπως έχουν ήδη προγραμματιστεί.

Αυτό όμως για να γίνει χρειάζεται και δουλειά. Όμως κανείς δεν μιλάει για δουλειά. Στην Ελλάδα της κρίσης η



ανεργία έχει φτάσει στο 30%, όλη από τον ιδιωτικό τομέα. Και η εθελούσια συνταξιοδότηση αποτελεί καθημερινό φαινόμενο. Τελικά ποιος δουλεύει στη χώρα μας και παράγει δημόσια έσοδα; Μήπως το δημόσιο;

Έχουμε ακούσει πολλά για τους δανειστές μας και τους εταίρους μας στην Ευρώπη. Για το μεταρρυθμιστικό και αναπτυξιακό μας πρόγραμμα πότε θα ακούσουμε; Πότε θα δούμε έργα;

Αν δεν καταφέρουμε να ρυθμίσουμε το χρέος μας όπως θέλουμε, θα πρέπει σίγουρα να καταφέρουμε να το πληρώσουμε. Κι αυτό μπορεί να γίνει μόνο με εθνική και διεθνή συνέργεια, έμπνευση και δουλειά. Πολύ δουλειά!

## Μειώθηκε ο δείκτης καταναλωτικής εμπιστοσύνης στην Ελλάδα

Μειώθηκε κατά 3 μονάδες το τελευταίο τρίμηνο του 2014 ο δείκτης καταναλωτικής εμπιστοσύνης στην Ελλάδα. Σύμφωνα με την εταιρεία ερευνών Nielsen ο δείκτης διαμορφώθηκε στις 53 μονάδες από τις 56 το τρίτο τρίμηνο.

Η πιο ανησυχητική εξέλιξη είναι ότι ο σχετικός δείκτης υποχώρησε ύστερα από τρία τρίμηνα ανόδου, στοιχείο που δείχνει ότι η Ελλάδα βρίσκεται σε φάση εύθραυστης

ανάκαμψης, όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει η Nielsen. Παρά την πτώση πάντως, ο δείκτης καταναλωτικής εμπιστοσύνης παραμένει σε επίπεδα υψηλότερα των προηγούμενων ετών.

Ο δείκτης καταναλωτικής εμπιστοσύνης είναι ένας τρόπος μέτρησης της εμπιστοσύνης που δείχνουν οι καταναλωτές στην οικονομία της χώρας τους και που διαμορφώνεται βάσει των αποταμιεύσεών τους και των εξόδων

τους.

Χαρακτηριστικό είναι ότι ο δείκτης καταναλωτικής εμπιστοσύνης στις Η.Π.Α., σύμφωνα με το Bloomberg, ανήλθε στις 98,1 μονάδες τον Ιανουάριο!





Η διάκριση αποτελεί πάντα το κίνητρο συμμετοχής για κάθε διαγωνιζόμενο

**Κοινό τόπο σε όλους τους διαγωνισμούς επιχειρηματικότητας είναι η καινοτομία**



Βάση για την επιτυχία κάθε επιχειρηματικής πρωτοβουλίας είναι η επιχειρηματική ιδέα

## Έως τις 4 Μαρτίου η υποβολή των αιτήσεων για τη διεκδίκηση του Ελληνικού Βραβείου Επιχειρηματικότητας

Τη δυνατότητα να διεκδικήσουν άτοκη χρηματοδότηση ύψους έως και 700.000 ευρώ έχουν ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις, που θα υποβάλουν αιτήσεις για συμμετοχή στη διαδικασία για την ανάδειξη των νικητών στο Ελληνικό Βραβείο Επιχειρηματικότητας, έως τις 4 Μαρτίου 2015.

Η πρωτοβουλία απευθύνεται τόσο σε υφιστάμενους, όσο και σε νέους επιχειρηματίες, τα επιχειρηματικά σχέδια των οποίων, επιδεικνύουν βιωσιμότητα, καινοτομία, χρηματοοικονομική σύνεση και ρεαλισμό, δημιουργώντας

παράλληλα θέσεις εργασίας στην Ελλάδα.

Το Ελληνικό Βραβείο Επιχειρηματικότητας βραβεύει κάθε χρόνο 1 έως και 5 νικητές, παρέχοντάς τους όλους τους απαιτούμενους πόρους, προκειμένου να υλοποιήσουν με επιτυχία τις επιχειρηματικές τους ιδέες.

Οι νικητές του 2015 θα μοιραστούν ένα συνολικό ποσό χρηματοδότησης της τάξης των 700.000 ευρώ, το οποίο παρέχεται από τον Όμιλο Libra Group και τους εταίρους του βραβείου. Επιπλέον, σε κάθε νικητή παρέχεται συμβουλευτική καθοδή-

γηση από ανώτερο στέλεχος επιχείρησης, καθώς και εξειδικευμένη υποστήριξη από ελληνικές κυρίως επιχειρήσεις.

Όλες οι απαραίτητες πληροφορίες για το διαγωνισμό είναι διαθέσιμες στην ιστοσελίδα της πρωτοβουλίας [www.hellenicaward.com](http://www.hellenicaward.com).



## Έως τις 21 Μαρτίου τα αιτήματα για τον 4ο Διαγωνισμό Κοινωνικής Καινοτομίας του Ινστιτούτου της ΕΤΕπ

Ο Διαγωνισμός Κοινωνικής Καινοτομίας, τον οποίο θέσπισε το Ινστιτούτο της ΕΤΕπ το 2012, αποτελεί εμβληματική πρωτοβουλία του Κοινωνικού Προγράμματος του Ινστιτούτου. Σκοπός του διαγωνισμού είναι να προωθήσει τις καινοτόμες ιδέες και να αναδείξει και να επιβραβεύσει προτά-

σεις που μπορούν να αποφέρουν σημαντικά οφέλη στην κοινωνία, ή που εφαρμόζουν βέλτιστες πρακτικές και έχουν απτά αποτελέσματα, τα οποία μπορούν να αναπαραχθούν.

Το 2015 το Ειδικό Βραβείο

θα απονεμηθεί σε προτάσεις σχετικά με το θέμα της ισότητας ευκαιριών με ιδιαίτερη έμφαση στα άτομα με αναπηρία.

Περισσότερες πληροφορίες για το Διαγωνισμό στο [www.europedirect.duth.gr](http://www.europedirect.duth.gr).

## Έως τις 31 Μαρτίου τα αιτήματα για τον 21ο Φοιτητικό Διαγωνισμό Economía

Το economía Business Tank και το περιοδικό ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ, αποκλειστικός συνεργάτης του The Economist, συνεχίζει και φέτος για 21η χρονιά το θεσμό του economía Φοιτητικού Διαγωνισμού! Φοιτητές από όλα τα πανεπιστήμια της χώρας λαμβάνουν μέρος γράφοντας (ατομικά ή ομαδικά) εργασίες 2.000 λέξεων, πάνω σε επί-

καιρα θέματα οικονομικής επιχειρηματικότητας, οι οποίες αφού αξιολογηθούν από κριτική επιτροπή, διακρίνονται και βραβεύονται με πλούσια δώρα.

Σκοπός του διαγωνισμού είναι η κινητοποίηση των νέων να συνδέσουν την ακαδημαϊκή θεωρία με επίκαιρα θέματα, η ενίσχυση της δικτύωσης φρέσκου δυναμικού με

κορυφαίες επιχειρήσεις, η ανάδειξη νέων ατόμων με κριτική σκέψη και η παροχή σημαντικών επιβραβεύσεων στους συμμετέχοντες.

Το φετινό θέμα του διαγωνισμού είναι «Υγεία: Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία».

Περισσότερες πληροφορίες για το Διαγωνισμό στο [www.economia.gr](http://www.economia.gr).

## Εκπαιδευτικά tips: To Merchandising

Ένας εξαιρετικά σημαντικός παράγοντας αύξησης των πωλήσεων στα καταστήματα λιανικής είναι η εικόνα του καταστήματος. Ο τρόπος με τον οποίο διαμορφώνεται η εικόνα του καταστήματος, έτσι ώστε να αυξάνεται η κερδοφορία των προμηθευτών και του λιανοπωλητή ονομάζεται «Merchandising».

Το Merchandising ξεκινά έξω από το κατάστημα, όπου όλα (χρώματα, επιγραφές, βιτρίνες, πόρτες κλπ.) πρέπει να έλκουν τον πελάτη εντός. Μέσα στο κατάστημα όλη η διαρρύθμιση –από τις καρτέλες τιμών, έως τα διαφημιστικά μπάνερ και από το φωτισμό, έως τις θέσεις των προϊόντων– όλα αυτά, αποτελούν καθοριστικό παράγοντα πωλήσεων.

### Βασικές κατευθύνσεις

- Όλη η εικόνα θα πρέπει να διαμορφώνεται βάση της οπτικής γωνίας του πελάτη.
- Η οπτική του πελάτη δεν πρέπει να διακόπτεται από τίποτε.
- Οι πόρτες δεν πρέπει να αποτελούν εμπόδιο. Τοποθετούνται πάντα δεξιά και ανοίγουν προς τα μέσα.
- Αμέσως μετά την είσοδο ο βηματισμός του πελάτη πρέπει να μειώνεται.
- Τα πιο δημοφιλή προϊόντα και τα συμπληρωματικά τους πρέπει να τοποθετηθούν στο πρώτο 1/3 του καταστήματος.
- Οι κάθετες παρουσιάσεις είναι προτιμότερες από τις οριζόντιες.
- Οι περισσότεροι άνθρωποι κοιτούν προς τα δεξιά.
- Οι μαζικές εκθέσεις προϊό-



νων, επιφέρουν περισσότερες πωλήσεις.

- Οι δευτερεύουσες ανεξάρτητες παρουσιάσεις μπορούν να αυξήσουν τις πωλήσεις.
- Η τοποθέτηση των προϊόντων θα πρέπει να επιτρέπει στον πελάτη να τα εξετάσει ανά χείρας.
- Τα προϊόντα που βρίσκονται στο ύψος των ματιών παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη κατανάλωση.
- Η τάξη των προϊόντων και η καθαριότητα του καταστήματος πρέπει να εντυπωσιάζουν.

### Άλλα μέσα Merchandising

Εκτός όμως από την εικόνα του καταστήματος και τον τρόπο που τοποθετούνται και προβάλλονται τα προϊόντα, υπάρχουν και άλλοι τρόποι που συμπληρώνουν και ενισχύουν τις πωλήσεις:

- Οι δείκτες ραφιού, αποσπούν την προσοχή των πελατών και τους κατευθύνουν σε συγκεκριμένα προϊόντα ανεβάζοντας τις πωλήσεις έως και 124%!
- Αιωρούμενοι δείκτες και πινακίδες, αυξάνουν επίσης τις πωλήσεις κατευθύνοντας τους καταναλωτές

από μακριά σε συγκεκριμένα προϊόντα.

- Ηχητικά μηνύματα, τα οποία μπορούν να μεταφέρουν προσφορές ή να κατευθύνουν τον κόσμο προς συγκεκριμένες περιοχές ή προϊόντα.
- Χρήση βίντεο για διαφημιστικά μηνύματα, ένα μέσο που χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο.
- Γραφικές παρουσιάσεις στο δάπεδο, οι οποίες επίσης κατευθύνουν τους πελάτες προς τις επιθυμητές περιοχές.
- Κιόσκια πολυμέσων, που χρησιμοποιώντας σύγχρονες τεχνολογίες μπορούν να παρουσιάσουν πληροφορίες, διαφημίσεις και να απασχολήσουν τον καταναλωτή με δημιουργικό τρόπο.

Σε κάθε περίπτωση, οι ενέργειες και τα μέσα του Merchandising δεν εξαντλούνται, καθώς έχουν άμεση σχέση με την ευρηματικότητα των στελεχών του μάρκετινγκ και των συνεργατών τους.

Μήπως ρίχνοντας μια δεύτερη ματιά στην εικόνα του καταστήματός σας, ανοίγατε το δρόμο για μία μεγάλη αλλαγή στις πωλήσεις σας;



Το Merchandising στέλνει το προϊόν στον πελάτη...

**Το Merchandising ξεκινά έξω από το κατάστημα, καθοδηγώντας τους πελάτες στην αγορά των προϊόντων**



...και τον πελάτη στο προϊόν

# SPIRAL

business solutions

Καραβαγγέλη 54

55134

Καλαμαριά

Θεσσαλονίκη

Τηλέφωνο: 2310 214971

Φαξ: 2310 850577

e-mail: spiral@spiral.com.gr

Web: www.spiral.com.gr



Η Spiral είναι το μέσο επιχειρηματικής ανάπτυξης των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Εστιασμένη στη μάθηση και την καινοτομία, στηρίζει την επιχειρηματική σας προσπάθεια, διαμορφώνοντας το γνωστικό περιβάλλον και τις συνέργειες που απαιτούνται για την επίτευξη μοναδικών ικανοτήτων. Δραστηριοποιείται από το 2007 στη Θεσσαλονίκη, παρέχοντας συμβουλευτικές υπηρεσίες για υφιστάμενες ή υπό ίδρυση επιχειρήσεις: Επιχειρηματικά Σχέδια, Αιτήσεις Υπαγωγής σε Επιχειρηματικές Ενισχύσεις, Εγκατάσταση ISO 9001:2008 & ISO 14001:2004, Web Marketing.

Επισκεφτείτε μας στο  
[www.spiral.com.gr](http://www.spiral.com.gr)



## Επιτυχημένες επιχειρηματικές ιδέες: Στην Ουρουγουάη οι καταναλωτές μπορούν να αγοράζουν παπούτσια με πλαστικά μπουκάλια!

Μια πραγματικά αισιόδοξη νότα επιχειρηματικής περιβαλλοντικής ευαισθησίας έρχεται αυτό το μήνα από την Ουρουγουάη, όπου μία μικρή επιχείρηση παραγωγής υποδημάτων –η Mamut– δέχεται ως τρόπο πληρωμής για τη σειρά προϊόντων της του καλοκαιριού, πλαστικά μπουκάλια!

Η πρωτοβουλία της επιχείρησης αφορά στην έντονη ρύπανση των παραλιών στην Ουρουγουάη και στην εξεύρεση πόρων για τον καθαρισμό τους.

Για μία περίοδο λοιπόν 2 εβδομάδων –αυτόν το Φε-

βρουάριο– η επιχείρηση παρέχει τη δυνατότητα στους πελάτες της να «χρηματοδοτήσουν» τις αγορές τους εντός του κατ'ελάχιστο, σε ποσοστό έως και 40%, με την προσκόμιση πλαστικών μπουκαλιών, που έχουν μαζέψει από το περιβάλλον.

Κάθε πλαστικό μπουκάλι κοστολογείται 100 ουρουγουανικά δολάρια, που αντιστοιχούν περίπου σε 4 αμερικάνικα δολάρια και μπορεί να αποτελέσει μέρος τη πληρωμής για κάθε προϊόν της καλοκαιρινής σειράς.

Η πρωτοβουλία αυτή είναι προϊόν συνεργασίας με άλλες επιχειρήσεις, που αναλαμβάνουν την ανακύκλωση των μπουκαλιών, που παραλαμβάνουν και αποτελεί ένα εξαιρετικό παράδειγμα συνέργειας και περιβαλλοντικής ευθύνης, που μπορεί να γίνει αντικείμενο «μίμησης» από κάθε μικρή και πολύ μικρή επιχείρηση.

Η ιδέα αυτή αναδείχθηκε ως μία από τις πιο επιτυχημένες επιχειρηματικές ιδέες παγκοσμίως, την 1η εβδομάδα του φετινού Φεβρουαρίου.



[www.mamutshop.com](http://www.mamutshop.com)