

ΝΕΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΣΠΑ

Νέες επιχορηγήσεις δρομολογούνται από το ΕΣΠΑ την τρέχουσα χρονική περίοδο. Ειδικότερα:

Εναλλακτικός Τουρισμός

Προκηρύχθηκε το πρόγραμμα του Υπουργείου Τουρισμού «Εναλλακτικός Τουρισμός». Στόχος του προγράμματος είναι η διαφοροποίηση και ο εμπλουτισμός του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με την επιχειρηματική αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Το πρόγραμμα αφορά στη χρηματοδότηση κατά 40%, επενδυτικών σχεδίων που θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη μιας ή περισσότερων ειδικών ή/και εναλλακτικών μορφών τουρισμού:

- Αθλητικός τουρισμός αναψυχής
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Τουρισμός υπαίθρου
- Γαστρονομικός τουρισμός
- Τουρισμός υγείας και ευεξίας.

Δικαιούχοι των ενισχύσεων είναι επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου, με έναρξη πριν από την 1/1/2010. Στο πλαίσιο του προγράμματος ενισχύονται έργα προϋπολογισμού ύψους επένδυσης από 15.000 έως 400.000€. Οι επιλέξιμες δαπάνες αφορούν: εξοπλισμό, κτιριακά, διαμόρφωση χώρων, ειδικές και βοηθητικές εγκαταστάσεις, προβολή - προώθηση, υπηρεσίες συμβούλων, άλλες δαπάνες. Η περίοδος υποβολής των αιτήσεων υπαγωγής θα διαρκέσει έως τις 15/11.

Εξωστρέφεια του ΟΑΕΠ

Το πρόγραμμα αφορά στη χρηματοδότηση της εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των εξαγωγικών επιχειρήσεων. Το πρόγραμμα «Εξωστρέφεια-ΟΑΕΠ» εξασφαλίζει τη δυνατότητα χρηματοδότησης των εξαγωγικών επιχειρήσεων, μέχρι του ποσού των 200.000€ και για διάστημα έως 4 μηνών, με ιδιαίτερα ευνοϊκό επιτόκιο και χωρίς να απαιτούνται από τις Τράπεζες εμπράγματα εξασφαλίσεις, αλλά μόνο η ασφάλιση τους στον ΟΑΕΠ.

Άλλα χρηματοδοτικά εργαλεία

Νέα χρηματοδοτικά εργαλεία για την ενίσχυση των επιχειρήσεων αναμένεται να βγουν στην αγορά τον Οκτώβριο, κυρίως μέσω του ΕΣΠΑ και του ΕΤΕΑΝ. Τον ίδιο μήνα, εξάλλου, αναμένεται η δεύτερη προκήρυξη του νέου επενδυτικού νόμου για την υποβολή επενδυτικών προτάσεων στα καθεστώτα της Περιφερειακής Συνοχής, της Γενικής Επιχειρηματικότητας και της Τεχνολογικής Ανάπτυξης:

- **«ICT4Growth»:** Προβλέπει τη χρηματοδότηση επιχειρήσεων που στοχεύουν στην ανάπτυξη καινοτόμων υπηρεσιών μέσω της χρήσης Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών.
- **«Digi-mobile»:** Προβλέπει τη χρηματοδότηση με ποσά από 1.750 έως 3.500€ σε μικρές και μεσαίες υφιστάμενες επιχειρήσεις για την ανάπτυξη, απόκτηση και αξιοποίηση εφαρμογών σε smartphones (έξυπνα κινητά) και υπολογιστές-ταμπλέτες (tablet-pc).
- **«Ταμείο Επιχειρηματικότητας»:** Προβλέπεται η ευνοϊκή δανειοδότηση των ΜμΕ που εντάσσονται στον επενδυτικό νόμο και σε προγράμματα του ΕΣΠΑ ή δραστηριοποιούνται στους κλάδους της μεταποίησης, των εξαγωγών, ενέργειας κ.ά.
- **«Ταμείο Ενάλιο»** στο πλαίσιο του ΕΤΕΑΝ, με προϋπολογισμό 105 εκατ. ευρώ. Προβλέπει τη δανειοδότηση επιχειρήσεων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας.
- **«Ταμείο Αγροτικής Επιχειρηματικότητας»** στο πλαίσιο του ΕΤΕΑΝ, για τη δανειοδότηση αγροτικών επιχειρήσεων.
- **«Σχέδιο επιμερισμού ρίσκου και συγχρηματοδότησης για ICT»:** Πρόκειται για πρόγραμμα που προβλέπει τη χορήγηση δανείων σε επιχειρήσεις για επενδύσεις σε Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών.

Για όλα τα τρέχοντα προγράμματα επιχειρηματικών ενισχύσεων επισκεφθείτε την ιστοσελίδα μας στο www.spiral.com.gr/pliоforisi.htm.



Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA

Έχετε επιχείρηση και δεν έχετε εκμεταλλευτεί τα social media; Μαντέψτε. **Η σιωπή δεν αποτελεί πλέον επιλογή!**

Οι άνθρωποι βρίσκονται στα social media και αν δεν συμμετέχετε στο διάλογο, κινδυνεύετε να χάσετε τους πελάτες σας. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι αλληλεπιδρούν στο διαδίκτυο και αν τοποθετηθείτε άμεσα στον νέο αυτό κόσμο, θα μπορέσετε να αυξήσετε την αναγνωρισιμότητα της επιχείρησής σας και τον αριθμό των πελατών σας. Σχετική έρευνα πραγματοποιήθηκε με σκοπό να αναδειχθούν οι λόγοι για τους οποίους συνδέονται οι χρήστες των social media με τις επιχειρήσεις:

Εκπτώσεις - Προσφορές	61%
Άμεσες Αγορές	55%
Κριτικές και Βαθμολογίες Προϊόντων	53%
Γενικές Πληροφορίες	53%
Αποκλειστικές πληροφορίες	52%
Να μάθουν για νέα Προϊόντα	51%
Γνώμη για υφιστάμενα προϊόντα	49%
Εξυπηρέτηση Πελατών	37%
Συμμετοχή σε Δρώμενα	34%
Να αισθάνονται συνδεδεμένοι	33%
Να υποβάλουν Ιδέες για νέα Προϊόντα	30%
Να είναι Μέλη μιας Κοινότητας	22%

Οι άνθρωποι θέλουν εκπτώσεις, προσφορές και πληροφορίες ή ειδήσεις, που θα τις κοινοποιήσουν στους φίλους τους. Αυτό θα τους εξυψώσει και θα τους κάνει ξεχωριστούς και αξιγάπητους. Αυτή άλλωστε είναι η αρχή των social media και ο λόγος που έχει εκτοξευτεί η επισκεψιμότητα τους. Θέλουν λύσεις στα προβλήματά τους και εσείς πρέπει να τους δώσετε να καταλάβουν τι έχαναν όσο καιρό, που δεν ήταν συνδεδεμένοι μαζί σας. Θέλουν την δυνατότητα να αγοράσουν μέσα από το κοινωνικό τους δίκτυο, χωρίς να χρειάζεται να πηγαίνουν σε άλλα sites!

Η επιχείρηση στα Social Media. Πώς;

Ακολουθήστε 10 βήματα για να βγείτε στα social media και να αποκτήσετε μία ξεχωριστή σχέση με τους καταναλωτές.

1. Εγγραφείτε Άμεσα

Πηγαίνετε όπου είναι οι άνθρωποι. Σήμερα, τα κυρίαρχα social media είναι το Facebook και το Twitter.

2. Ερευνήστε και να είστε ενημερωμένοι

Παρακολουθείτε τι ακριβώς κάνουν άλλες εταιρίες για να τραβήξουν την προσοχή του κοινού:

- Διαγωνισμούς;
- Κουπόνια;
- Εκπτώσεις;

Εντοπίστε τους ανταγωνιστές σας και μάθετε τι κάνουν. Μην ξεχνάτε να εξετάζετε και άσχετους κλάδους.



3. Να είστε δραστήριοι και προσέξτε τι λέτε

Χτίστε σιγά-σιγά την αξιοπιστία σας λαμβάνοντας μέρος σε συζητήσεις, που δεν γίνονται γύρω από εσάς. Μην σαςπειράζει που τον πρώτο καιρό θα είστε και θα φαίνεστε νέοι:

- Πάρτε μέρος σε σχετικές συζητήσεις.
- Δημοσιεύετε μόνο όταν έχετε κάτι να πείτε.
- Έχετε πάντα έτοιμη μια σύντομη παρουσίασή σας. Χρησιμοποιήστε την όταν οι άνθρωποι εκφράσουν την περιέργειά τους για το τι κάνετε.

4. Μην εξαπλωθείτε σε πολλά κοινωνικά δίκτυα

Προσέξτε να μην εξαπλωθείτε περισσότερο από όσο μπορείτε. Αυτό θα καταστρέψει οποιαδήποτε πιθανότητα να δημιουργήσετε μια κοινότητα.

Δημιουργήστε από έναν ως τρεις εξαιρετικά δραστήριους λογαριασμούς. Δεν υπάρχει τίποτα χειρότερο από τους ανενεργούς λογαριασμούς μιας επιχείρησης στα social media.

5. Οικοδομήστε μια κοινότητα (λιθαράκι – λιθαράκι)

Μην προσθέτετε χρήστες στα τυφλά, μόνο για να αυξήσετε των αριθμό τους. Πρέπει να κερδίσετε χρήστες με γνήσιο ενδιαφέρον. Κάθε ένας από αυτούς, μπορεί να σας αποδώσει δέκα φορές περισσότερο, καθιστώντας κάθε θετική αλληλεπίδραση σημαντική:

- Κρατήστε την κοινότητά σας ενεργή ζητώντας ανατροφοδότηση. Έτσι θα αναπτύξετε δυνατούς δεσμούς με τους χρήστες σας.
- Πρέπει να κάνετε καλή εντύπωση γιατί σε οποιοδήποτε online μέσο και αν θέσετε την επιχείρησή σας, οι πελάτες σας θα σας αντιμετωπίσουν σαν ένα προσωπικό τους help desk.



6. Διατηρήστε σωστή στάση

Οικοδομήστε σχέσεις και επικοινωνείτε με τους χρήστες όπως θα κάνατε με ένα νέο φίλο:

- Να είστε ενθουσιώδεις, αλλά μην είστε υπερβολικοί ή απελπισμένοι.
- Μην κακολογείτε και βρίζετε εκτός και αν προσπαθείτε να ξεσηκώσετε μια έντονη συζήτηση ή μια διαμάχη, η οποία είναι μια ενδιαφέρουσα αλλά επικίνδυνη τεχνική μάρκετινγκ.
- Η σωστή στάση σας θα προσελκύσει την προσοχή των ανθρώπων και εφόσον μείνετε ήρεμοι και είστε συγκεντρωμένοι στην εργασία σας θα δείχνετε ότι ξέρετε τι κάνετε.

7. Ακολουθήστε τους κανόνες

Στην πραγματικότητα, τα social media δεν υπάρχουν για την επιχείρησή σας, αλλά για να βοηθούν τους ανθρώπους να επικοινωνούν μεταξύ τους.

Η παρουσία της επιχείρησής σας είναι υποχρεωτική, αλλά μην ενεργείτε σαν να είναι δωρεάν χώρος διαφημιστικών μηνυμάτων.

Μη βομβαρδίζετε τους χρήστες με ανεπιθύμητα μηνύματα, γιατί αυτό είναι ενοχλητικό, και μπορεί να σας κόψουν γρήγορα.

Οι μεγαλύτερες εταιρείες δεν έχουν καλή ποιότητα διαλόγου με τους οπαδούς τους. Οπότε, διαθέστε χρόνο και κάνετε ότι αυτές δεν μπορούν να κάνουν. Κάνετε διάλογο.

8. Κάνετε μια προσφορά

Προσφέρετε κάτι που θα έχει αξία για το κοινό σας. Οι περισσότεροι άνθρωποι θέλουν δωρεάν πράγματα. Τα δώρα σας δεν χρειάζεται να είναι απαραίτητα δαπανηρά, αλλά θα πρέπει να έχουν προσωπικότητα ακριβώς όπως και η επιχείρησή σας.



Κάνετε τους ανθρώπους να αισθάνονται ξεχωριστοί. Μόνο έτσι θα μιλήσουν για την επιχείρησή σας στους φίλους τους και στα δίκτυά τους.

9. Τιμήστε το brand της επιχείρησής σας

- Ό,τι κάνετε θα έχει επιπτώσεις στο brand σας, από τα δώρα σας έως την υπογραφή σας ή το υποσέλιδο στα e-mail σας.
- Φροντίστε η παρουσία σας στα social media, να αντηχεί με κάθε τρόπο την εικόνα που σας ενδιαφέρει να έχετε και να προάγετε. Εάν για παράδειγμα, η επιχείρησή σας έχει να κάνει με τα ρούχα, τότε μιλήστε για μόδα.
- Να ξέρετε πάντα τους χρήστες σας και να βεβαιώνετε ότι η εικόνα σας ευθυγραμμίζεται μαζί τους, ανεξάρτητα αν ασχολείστε με τρόφιμα, αυτοκίνητα, τεχνολογία ή οτιδήποτε άλλο.
- Μάθετε το κοινό σας. Αυτή πρέπει να γίνει η No 1 προτεραιότητά σας. Μη γνωρίζοντας τους πελάτες σας μπορεί να δημιουργήσετε πολλά προβλήματα στην επιχείρησή σας.

10. Μην τα παραιτήσετε ποτέ!

Η προώθηση της επιχείρησής σας είναι δύσκολη υπόθεση. Είναι άλλη μια υποχρέωση στο ήδη γεμάτο πρόγραμμά σας.

Προσφέρετε μια εσωτερική εικόνα της δουλειάς σας στους ανθρώπους που είναι συνδεδεμένοι μαζί σας. Μιλήστε για τις επερχόμενες δυνατότητες και μοιραστείτε την κουλτούρα της εταιρείας σας. Τι κάνετε για να είστε πιο χαλαροί; Με ποιον είχατε μια ενδιαφέρουσα κουβέντα;

- Να είστε εξωστρεφείς και κοινωνικοί με το brand της επιχείρησής σας και να το αντιπροσωπεύετε και οι ίδιοι.
- Να θυμάστε ότι πρώτα από όλα είστε άνθρωποι και να το προβάλλετε. Οι εταιρείες που το κάνουν αυτό, μπορούν και κτίζουν δυνατούς δεσμούς και είναι συνήθως οι πιο επιτυχημένες.

Η Δημοφιλία του Facebook

Σύμφωνα με τα στατιστικά του ίδιου του Facebook, οι χρήστες του είναι πάνω 800 εκατ. παγκοσμίως και γύρω στα 3,5 εκατ στην Ελλάδα. Το 50% συνδέονται στο site κάθε μέρα και κάθε ένας από αυτούς περνά κατά μέσο όρο 45 λεπτά μέσα σε αυτό!

Ανάμεσα σε αυτούς τους χρήστες βρίσκονται και οι πελάτες σας.

Εφόσον βρίσκονται στο Facebook πολύ συχνά και για πολύ ώρα, πρέπει να αναπτύξετε ένα σχέδιο για να αλληλεπιδράτε μαζί τους με τρόπο που να προσθέτει αξία στην εμπειρία τους.

Υπάρχουν πολλοί λόγοι για να συμμετέχει η επιχείρησή σας στο Facebook και να διατηρεί μια ισχυρή παρουσία. Μερικοί είναι:

- Για να σας βρίσκουν οι άνθρωποι που ψάχνουν για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας.
- Για να συνδεθείτε και να αναπτύξετε δεσμούς με υφιστάμενους και μελλοντικούς πελάτες.
- Για να δημιουργήσετε μια κοινότητα γύρω από την επιχείρησή σας.
- Για να προωθήσετε άλλο περιεχόμενο που δημιουργείτε, συμπεριλαμβανομένων των άρθρων σε blog, webinars, videos, φωτογραφικού υλικού κ.ά.
- Για να αυξήσετε τις πωλήσεις σας.



Facebook Marketing από τη Spiral

Θέλετε να μάθετε περισσότερα για το Facebook και πως μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε για να αυξήσετε την αναγνωρισιμότητα της επιχείρησής σας και τους πελάτες σας;

Η Spiral μπορεί να συνεισφέρει στην προσπάθειά σας, ώστε να αναπτύξετε μια στρατηγική μάρκετινγκ στα social media.

Επικοινωνήστε μαζί μας για να αναλάβουμε το σχεδιασμό και την υλοποίησή της, δημιουργώντας:

- Τη σελίδα σας στο Facebook
- Καρτέλες που θα προβάλλουν επαγγελματική εικόνα προσαρμοσμένη στην επιχείρησή σας
- Καμπάνια στο Facebook
- Ένα εύκολο στη χρήση πλάνο social media.
- Εξαιρετικά στοχευμένες διαφημίσεις μέσα στο Facebook. 



ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ TIPS

16 tips για το μάρκετινγκ μέσω e-mail

Έχει αποδειχθεί πως η αποστολή e-mails μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στις πωλήσεις και το marketing της επιχείρησής. Αυτό το άρθρο αναφέρεται στα πιο σημαντικά σημεία, που πιστεύουμε πως πρέπει να προσέξετε για να προωθήσετε τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας μέσα από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Ας τα δούμε αναλυτικά:

1. Είναι πολύ σημαντικό να έχετε μια λίστα μόνο με ηλεκτρονικές διευθύνσεις που έχουν επιβεβαιώσει οι κάτοχοι τους για τη λήψη μηνυμάτων από εσάς. Υπάρχουν πολλά προγράμματα για αυτή τη δουλειά, όπως το Aweber και το Mailchimp.
2. Καλό είναι να υπάρχει φόρμα για καταχώρηση e-mail των επισκεπτών σε πολλά σημεία στο site σας. Αυτό είναι σημαντικό για την γρήγορη αύξηση της λίστας.
3. Είναι σημαντικό να κάνετε τη λίστα σας εξατομικευμένη. Είναι απαραίτητο να γνωρίζετε το όνομα του απόμου, για να του μιλάτε με αμεσότητα που θα προκαλεί εμπιστοσύνη. Το άτομο θα είναι σίγουρο ότι εφόσον τον αποκαλείτε με το όνομά του, γνωρίζετε και η επιστολή δεν πήγε στα τυφλά.
4. Πολλές φορές η φόρμα «Recommend to friends» δίνει καλά αποτελέσματα και μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερη κυκλοφορία και επισκεψιμότητα.
5. Μη στέλνετε newsletters πολύ συχνά. Να μην ενοχλείτε και κουράζετε. Μπορείτε να στείλετε μία φορά την εβδομάδα ή μία φορά το μήνα.
6. Η αποστολή των newsletters πρέπει να γίνεται σε τακτικά χρονικά διαστήματα. Είναι απαραίτητο να δημιουργήσετε μια σταθερή ροή, ώστε ο αποδέκτης να περιμένει το επόμενο newsletter σας. Για παράδειγμα, μπορείτε να στείλετε κάθε εβδομάδα ή δύο φορές το μήνα (στην αρχή και στα μέσα του μήνα), ή κάτι ανάλογο. Αυτό θα σας βοηθήσει να κερδίσετε μεγαλύτερη αφοσίωση.
7. Οι καλύτερες ημέρες για αποστολή newsletter είναι στη μέση της εβδομάδας (Τρίτη και Τετάρτη). Εάν στείλετε newsletter πριν από το Σαββατοκύριακο, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα η επιστολή σας να χαθεί σε ένα μεγάλο όγκο από e-mails που θα ανοιχτούν τη Δευτέρα. Εάν στείλετε newsletter τη Δευτέρα, είναι πιθανόν να μην έχετε καλά αποτελέσματα, διότι τη Δευτέρα, οι άνθρωποι είναι συνή-

θως απασχολημένοι με εκκρεμότητες της εργασίας τους που έχουν συσσωρευτεί κατά το Σαββατοκύριακο. Έτσι, πιστεύουμε ότι η Τρίτη και η Τετάρτη αποτελούν τις καλύτερες επιλογές.

8. Η καλύτερη ώρα για την αποστολή newsletters είναι η αρχή της εργάσιμης ημέρας. Έτσι, η πλειοψηφία των χρηστών θα λάβει την επιστολή κατά την ημέρα αποστολής της και όχι την επόμενη ή κάποια άλλη.
9. Το θέμα της επιστολής πρέπει να είναι ανάλογο με το περιεχόμενό της.
10. Το κείμενο της επιστολής πρέπει να διαμορφωμένο με ακρίβεια, να είναι σε ευχάριστη χρωματική διαβάθμιση και κατάλληλο για ανάγνωση.
11. Όλα τα γραφιστικά στοιχεία του newsletter πρέπει να είναι καλής ποιότητας.
12. Είναι σημαντικό να περιλαμβάνετε οδηγίες για τη διαγραφή του αποδέκτη ως συνδρομητή στο newsletter σας σε κάθε επιστολή.
13. Το πόσες επιστολές άνοιξαν δεν είναι η πιο σημαντική παράμετρος και δεν πρέπει να επικεντρωθείτε σε αυτή.
14. Το CTR (Click-Thru Rate) είναι η κύρια παράμετρος, αν το newsletter σας έχει ως στόχο να οδηγήσει σε μια πράξη, για παράδειγμα μια παραγγελία, μια εγγραφή σε υπηρεσία ή μια εγγραφή στο σύστημα.
15. Εάν η λίστα σας δεν μειώθηκε μετά την αποστολή newsletters λόγω διαγραμμένων αποδεκτών, αυτό σημαίνει ότι έχετε κάνει τα πάντα σωστά.
16. Σε γενικές γραμμές, αναλύοντας τα δεδομένα σας αξίζει να δώσετε προσοχή:
 - στον αριθμό των ανοιγμένων e-mails,
 - στον αριθμό των κλικ σε links των e-mails,
 - στον αριθμό των ανταποκρίσεων γενικά
 - και στον αριθμό των διαγραμμένων αποδεκτών.

Ακολουθώντας τις παραπάνω συμβουλές θα αυξήσετε την αποτελεσματικότητα των e-mails σας και θα γλυτώσετε από χαμένο χρόνο και παρεξηγήσεις.🌀

ceramic sun



Η γερμανική καινοτομία στη θέρμανση εσωτερικών και εξωτερικών χώρων τώρα και στην Ελλάδα!

ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ: SPIRAL CONSULTING GROUP

SPIRAL
consulting group

Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ
ΤΩΝ ΜΙΚΡΩΝ & ΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κίμωνος Βόγα 32-34 & Μαυροκορδάτου

Θεσσαλονίκη

T.Θ. 20164, T.K. 55110

Τηλ. & Fax: 2310.214971

e-mail: spiral@spiral.com.gr

Web: www.spiral.com.gr

Spiral's Blog

facebook