



Σε αυτό το τεύχος

ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ	ΣΕΛ
Αυτές είναι οι 53 (επιπλέον) δραστηριότητες που πρέπει να εγκαταστήσουν POS.	2
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ TIPS 4 βασικές γνώσεις για επιτυχημένη επιχειρηματικότητα.	3
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ TIPS Πώς γράφεται ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο;	4
INTERNET MARKETING 10 βασικές ερωτήσεις για να αξιολογήσεις την εταιρική σου ιστοσελίδα.	6
INTERNET MARKETING Η διαδικασία δημιουργίας πελατών στο ίντερνετ.	7
ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ GPS εντοπιστής κατοικίδιου.	8

2019: Στον αστερισμό των... επιδοτήσεων!

Οι κάλπες πλησιάζουν και οι επιχειρηματικές ενισχύσεις είναι στα καλύτερά τους! Όλοι οι αρμόδιοι κρατικοί φορείς επιταχύνουν τις διαδικασίες για ανάρτηση όλων των επικείμενων προκηρύξεων, προκειμένου να ολοκληρώσουν το έργο τους, πριν τις ερχόμενες βουλευτικές εκλογές, που μπορεί να γίνουν και πάρα πολύ σύντομα!

Στο πλαίσιο αυτό, έχουν ήδη προκηρυχθεί 2 δημοφιλή προγράμματα από το ΕΣΠΑ (η "[Εργαλειοθήκη Επιχειρηματικότητας: Εμπόριο - Εστίαση - Εκπαίδευση](#)" και η "[Εργαλειοθήκη Ανταγωνιστικότητας Μικρών & Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων](#)"), ενώ αναμένονται τουλάχιστον 2 ακόμα προγράμματα από το ΕΣΠΑ, [8 προγράμματα από τον ΟΑΕΔ](#), καθώς και το νομοσχέδιο για τις λεγόμενες μικροχρηματοδοτήσεις.

Τα προγράμματα που αναμένονται από το ΕΣΠΑ είναι: 1) Ο δεύτερος κύκλος του προγράμματος "Ερευνώ - Δημιουργώ - Καινοτομώ" (που αφορά στην ενίσχυση της έρευνας σε συμπράξεις επιχειρήσεων και ερευνητικών οργανισμών) και 2) Το

"Επιβραβεύω - Ενισχύω τις επιχειρήσεις" (που αφορά στην ενίσχυση επιχειρήσεων που αύξησαν ή διατήρησαν το προσωπικό τους).

Αναφορικά με τα προγράμματα του ΟΑΕΔ, αυτά αφορούν κατά κόρον στην ενίσχυση της απασχόλησης, ενώ ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζεται για το πρόγραμμα δεύτερης επιχειρηματικής ευκαιρίας, που αφορά στην ενίσχυση πρώην αυτοαπασχολούμενων, που έκλεισαν την επιχείρησή τους κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, ώστε να ιδρύσουν νέα επιχείρηση.

Τέλος, το νομοσχέδιο για τις μικροχρηματοδοτήσεις επιχειρήσεων έχει τεθεί ήδη σε διαβούλευση και αναμένεται να δώσει την ευκαιρία σε μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις να δανειστούν ποσά έως και 25.000€, χωρίς εμπράγματα εξασφαλίσεις.

Σ υ ν δ ε θ ε ί τ ε μ α ζ ί μας, καταχωρώντας το eMail σας στην αντίστοιχη φόρμα στην [ιστοσελίδα της Spiral](#), ώστε να ενημερώνεστε έγκαιρα για όλες τις επιχειρηματικές ενισχύσεις.



ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ**Αυτές είναι οι 53 (επιπλέον) δραστηριότητες που πρέπει να εγκαταστήσουν POS.**

Αυτοί είναι οι 53 ΚΑΔ που πρέπει να αποκτήσουν POS έως τις 15 Απριλίου, έναντι προστίμου 1.500€:

- 18.12 - Άλλες εκτυπωτικές δραστηριότητες.
- 18.13 - Υπηρεσίες προεκτύπωσης και προεγγραφής μέσων.
- 18.14 - Βιβλιοδετικές και συναφείς δραστηριότητες.
- 18.20 - Αναπαραγωγή προεγγραμμένων μέσων.
- 25.61 - Κατεργασία και επικάλυψη μετάλλων.
- 25.62 - Μεταλλοτεχνία.
- 33.11 - Επισκευή μεταλλικών προϊόντων.
- 33.15 - Επισκευή και συντήρηση πλοίων και σκαφών.
- 33.19 - Επισκευή άλλου εξοπλισμού.
- 35.30 - Παροχή ατμού και κλιματισμού.
- 37.00 - Επεξεργασία λυμάτων.
- 38.11 - Συλλογή μη επικίνδυνων απορριμμάτων.
- 38.12 - Συλλογή επικίνδυνων απορριμμάτων.
- 38.31 - Αποσυναρμολόγηση παλαιών ειδών.
- 39.00 - Δραστηριότητες εξυίανσης και άλλες υπηρεσίες για τη διαχείριση αποβλήτων.
- 52.10 - Αποθήκευση.
- 53.10 - Ταχυδρομικές δραστηριότητες με υποχρέωση παροχής καθολικής υπηρεσίας.
- 53.20 - Άλλες ταχυδρομικές και ταχύ μεταφορικές δραστηριότητες.
- 58.19 - Άλλες εκδοτικές δραστηριότητες.
- 58.21 - Έκδοση παιχνιδιών για ηλεκτρονικούς υπολογιστές.
- 58.29 - Έκδοση άλλου λογισμικού.
- 59.11 - Δραστηριότητες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων.
- 61.90 - Άλλες τηλεπικοινωνιακές δραστηριότητες.
- 62.02 - Δραστηριότητες παροχής συμβουλών σχετικά με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές.
- 62.03 - Υπηρεσίες διαχείρισης ηλεκτρονικών συστημάτων.
- 62.09 - Άλλες δραστηριότητες της τεχνολογίας της πληροφορίας και δραστηριότητες υπηρεσιών ηλεκτρονικών υπολογιστών.
- 63.11 - Επεξεργασία δεδομένων, καταχώρηση και συναφείς δραστηριότητες.
- 70.22 - Δραστηριότητες παροχής επιχειρηματικών συμβουλών και άλλων συμβουλών διαχείρισης.
- 71.20 - Τεχνικές δοκιμές και αναλύσεις.
- 74.10 - Δραστηριότητες ειδικευμένου σχεδίου.
- 74.30 - Δραστηριότητες μετάφρασης και διερμηνείας.
- 74.90 - Άλλες επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες π.δ.κ.α.
- 77.31 - Ενοικίαση και εκμίσθωση γεωργικών μηχανημάτων και εξοπλισμού.
- 77.32 - Ενοικίαση και εκμίσθωση μηχανημάτων και εξοπλισμού κατασκευών και έργων πολιτικού μηχανικού.
- 77.33 - Ενοικίαση και εκμίσθωση μηχανημάτων και εξοπλισμού γραφείου (συμπεριλαμβανομένων των ηλεκτρονικών υπολογιστών).
- 77.34 - Ενοικίαση και εκμίσθωση εξοπλισμού πλωτών μεταφορών.
- 77.39 - Ενοικίαση και εκμίσθωση άλλων μηχανημάτων, ειδών εξοπλισμού και υλικών αγαθών π.δ.κ.α.
- 80.10 - Δραστηριότητες παροχής ιδιωτικής προστασίας.
- 80.20 - Δραστηριότητες υπηρεσιών συστημάτων προστασίας.
- 81.10 - Δραστηριότητες συνδυασμού βοηθητικών υπηρεσιών.
- 81.30 - Δραστηριότητες υπηρεσιών τοπίου.
- 82.11 - Συνδυασμένες διοικητικές δραστηριότητες γραφείου.
- 82.19 - Αναπαραγωγή φωτοτυπιών, προετοιμασία εγγράφων και άλλες ειδικευμένες δραστηριότητες γραμματειακής υποστήριξης.
- 82.91 - Δραστηριότητες γραφείων είσπραξης και γραφείων οικονομικών και εμπορικών πληροφοριών.
- 82.92 - Δραστηριότητες συσκευασίας.
- 82.99 - Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις π.δ.κ.α.
- 85.10 - Προσχολική εκπαίδευση.
- 88.99 - Άλλες δραστηριότητες κοινωνικής μέριμνας χωρίς παροχή καταλύματος π.δ.κ.α.
- 90.02 - Υποστηρικτικές δραστηριότητες για τις τέχνες του θεάματος.
- 90.03 - Καλλιτεχνική δημιουργία.
- 91.04 - Δραστηριότητες βοτανικών και ζωολογικών κήπων και φυσικών βιοτόπων.
- 95.29 - Επισκευή άλλων ειδών προσωπικής και οικιακής χρήσης.
- 96.09 - Άλλες δραστηριότητες παροχής προσωπικών υπηρεσιών π.δ.κ.α.

4 βασικές γνώσεις για επιτυχημένη επιχειρηματικότητα.

Λοιπόν: επιχειρείς ήδη ή προτίθεται να επιχειρήσεις. Το θέμα είναι τι γνωρίζεις για την επιχειρηματικότητα και τι δεν γνωρίζεις. Και μπορεί να γνωρίζεις ό,τι γνωρίζεις, αλλά σίγουρα δεν γνωρίζεις αυτά που δεν γνωρίζεις! Βέβαια, κανείς δεν μπορεί να τα ξέρει όλα. Το γεγονός όμως να αντιλαμβάνεται το ότι δεν τα ξέρει όλα, είναι ακρογωνιαίος λίθος για την επιτυχή επιχειρηματικότητα, καθώς αποτελεί τη βασική προϋπόθεση της μάθησης και κατά συνέπεια της αυτοβελτίωσης. Άρα, πρώτη απαίτηση γνώσης για επιτυχημένη επιχειρηματικότητα: **η γνώση ότι δεν τα ξέρεις όλα.**

Δεύτερη απαίτηση γνώσης για επιτυχημένη επιχειρηματικότητα: **η γνώση του αντικείμενου εργασιών σου.** Κάθε επιχειρηματίας πρέπει να διακρίνεται από τη γνώση του επί του αντικείμενου εργασιών του. Για παράδειγμα: ένας κατασκευαστής επίπλων πρέπει να γνωρίζει από κατασκευή επίπλων, ένας έμπορος ηλεκτρονικών υπολογιστών για ηλεκτρο-

νικούς υπολογιστές, ένας εστίατορας από εστίαση. Αυτονόητο ε; Αυτονόητο λοιπόν, αλλά πρέπει να ειπωθεί.

Τρίτη απαίτηση γνώσης για επιτυχημένη επιχειρηματικότητα: **η γνώση της διοίκησης επιχειρήσεων.** Ο επιχειρηματίας καλείται να διοικήσει μία επιχείρηση: την επιχείρησή του! Αν δεν μπορεί να το κάνει -αργά ή γρήγορα- η αποτυχία είναι δεδομένη. Στο κέντρο της επιχειρηματικής γνώσης, είναι η ικανότητα αναγνώρισης μιας ευκαιρίας ή μιας απειλής. Ποιος μπορεί να αναγνωρίσει μια ευκαιρία ή μια απειλή, αν δεν ξέρει πώς να το κάνει; Και βέβαια, δεν είναι όλοι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες ειδικοί στη διοίκηση επιχειρήσεων. Είναι όμως κάτοχοι μιας στοιχειώδους γνώσης. Δεν μπορεί να έχεις μια επιτυχημένη επιχείρηση, εάν δεν έχεις στοιχειώδεις γνώσεις οργάνωσης, διαχείρισης προσωπικού, στρατηγικής, μάρκετινγκ ή χρηματοοικονομικών.

Αν λοιπόν είσαι γνώστης ότι δεν τα

ξέρεις όλα, γνώστης του αντικείμενου εργασιών σου και γνώστης της διοίκησης επιχειρήσεων, μπορεί να θεωρηθεί ότι έχεις την απαραίτητη γνώση για επιτυχημένη επιχειρηματικότητα. Ναι; Ναι, αλλά χρειάζεται και κάτι άλλο: την ίδια ώρα που είσαι κάτοχος όλης της απαραίτητης γνώσης, θα πρέπει να ξέρεις ότι υπάρχει κάποιος που ξέρει περισσότερα. Μπορεί να είναι ένας ειδικός εκτός της επιχείρησης, μπορεί να είναι και κάποιος εργαζόμενος μέσα στην επιχείρησή σου. Αναζήτησέ τον και εκμεταλλεύσου το γνωστικό του πλεόνασμα. Συνεπώς, τέταρτη απαίτηση γνώσης για επιτυχημένη επιχειρηματικότητα: **η γνώση ότι κάποιος άλλος μπορεί να προσφέρει περισσότερα από εσένα στην επιχείρησή σου** (τουλάχιστον σε κάποιο ή σε κάποια πεδία).

- Σκέφτομαι να ξεκινήσω μια επιχείρηση. Τι λες;
- Μπες στη Spiral.

idea → *plan* → *action*

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ TIPS

Πώς γράφεται ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο;

Η σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι ένα προϊόν συνεργασίας μεταξύ ενός ειδικού συμβούλου επιχειρηματικότητας και ενός μελλοντικού επιχειρηματία. Κάθε επίδοξος επιχειρηματίας απαιτείται να έχει μία στοιχειώδη -τουλάχιστον- γνώση για τον τρόπο που γράφεται ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο, έτσι ώστε να μπορεί αφενός να αξιολογήσει τον υποψήφιο συνεργάτη του (το σύμβουλο) και αφετέρου, να γνωρίζει τα βασικά κριτήρια επιτυχούς υλοποίησης της επιχειρηματικής του ιδέας.

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα εργαλείο του μάνατζμεντ που μας βοηθά να σκεφτούμε το παρόν και να σχεδιάσουμε το μέλλον. Επιπλέον, αποτελεί απαραίτητο μέσο για την διεκδίκηση οποιασδήποτε μορφής χρηματοδότησης. Η σύνταξή του δεν είναι εύκολη υπόθεση, καθώς απαιτεί πολύ χρόνο και ενέργεια. Το επιχειρηματικό σχέδιο δεν είναι απαραίτητα τυποποιημένο ως προς τη δομή του, ωστόσο θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από ενθουσιασμό και επαγγελματισμό.

Το περιεχόμενό του θα πρέπει να διέπεται από τις βασικές μεθόδους του Στρατηγικού Μάνατζμεντ: της εσωτερικής και εξωτερικής ανάλυσης της επιχείρησης, του στρατηγικού σχεδιασμού και του οικονομικού προγραμματισμού.

Μία ενδεικτική μορφή ενός καλού επιχειρηματικού σχεδίου θα πρέπει να περιέχει τις παρακάτω παραγράφους:

1. Εξώφυλλο. Πρέπει να είναι καλαίσθητο, αλλά σοβαρό και να καθιστά σαφές ότι πρόκειται για επιχειρηματικό σχέδιο. Να περιλαμβάνει

το λογότυπο της επιχείρησης και η πλήρης επωνυμία της.

2. Διοικητική Περίληψη (ή Σύνοψη). Είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς αποτελεί την πρώτη εντύπωση του αναγνώστη (συνήθως κάποιος «εν δυνάμει» χρηματοδότης / επενδυτής). Με βάση αυτή θα αποφασιστεί από τους ενδιαφερόμενους αν αξίζει να διαβαστεί το επιχειρηματικό σχέδιο. Σκοπός της είναι να διεγείρει το ενδιαφέρον του αναγνώστη, χωρίς όμως να είναι φλύαρη (max 500 λέξεις). Γράφεται στο τέλος, αφού ολοκληρωθεί το υπόλοιπο επιχειρηματικό σχέδιο για να μπορεί να το περιγράψει με σαφήνεια και πληρότητα.

3. Περιεχόμενα. Διευκολύνουν τον αναγνώστη να εντοπίσει τα κεφάλαια που τον ενδιαφέρουν. Αποτυπώνονται αναλυτικά, αναδεικνύοντας κάθε επιμέρους τμήμα του Επιχειρηματικού Σχεδίου χωρίς να δημιουργούν σύγχυση.

4. Πίνακες. Πρέπει να παρουσιάζεται αναλυτικά μία κατάσταση με τους Πίνακες που υφίστανται εντός του Σχεδίου ανά κεφάλαιο.

5. Γραφήματα. Το ίδιο ισχύει και για τα Γραφήματα.

6. Εισαγωγή. Είναι ίσως το σημαντικότερο μέρος του σχεδίου καθώς εμπεριέχει την κεντρική του ιδέα. Πρέπει να απαντάει σύντομα και ουσιαστικά στα 5 βασικά ερωτήματα: Τι, Πού, Πώς, Πότε, Γιατί. Ειδικότερα:

- **Αποστολή** (Τι): καθορισμός του τι είναι η επιχείρηση και τι θέλει να καταφέρει μακροπρόθεσμα (σκοπός της).
- **Συνεισφορά** (Γιατί): Τεκμηρίωση της ηθικής της σκοπιμότητας και της διαφοροποίησής της από τον ανταγωνισμό.

- **Μέθοδος** (Πώς): Σύνοψη περιγραφή του τρόπου επίτευξης του σκοπού.

- **Τόπος – Χρόνος δραστηριοποίησης** (Πού, Πότε): Πού είναι η έδρα της επιχείρησης, η περιοχή δραστηριοποίησης και πότε δραστηριοποιείται.

7. Εξωτερική ανάλυση. Η εξωτερική ανάλυση περιλαμβάνει την εξέταση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης: του ευρύτερου-μάκρο περιβάλλοντος και του ανταγωνιστικού-μίκρο περιβάλλοντος:

- **Το ευρύτερο-μάκρο περιβάλλον:** Πολιτικό & Νομικό, Οικονομικό, Κοινωνικό, Τεχνολογικό, Δημογραφικό, Παγκόσμιο.

- **Το ανταγωνιστικό-μίκρο περιβάλλον:** πιθανότητα εισόδου νέων ανταγωνιστών, διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών, διαπραγματευτική δύναμη πελατών, απειλή από τα υποκατάστατα προϊόντα ή υπηρεσίες, ένταση του υπάρχοντος ανταγωνισμού, διαπραγματευτική δύναμη συμμάχων, συσχετισμοί με τα συμπληρωματικά προϊόντα ή υπηρεσίες.

8. Εσωτερική ανάλυση. Σε αυτή την ενότητα πρέπει να γίνεται μια λεπτομερής περιγραφή της επιχείρησης: ιδιοκτησιακό καθεστώς, τύπος, δραστηριότητα, άδειες, προμηθευτές, στρατηγικοί συνεργάτες, προϊόντα ή υπηρεσίες, οφέλη για τους καταναλωτές, έδρα, εγκαταστάσεις, επικοινωνία, προσβασιμότητα.

9. Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής. Σε αυτή την ενότητα θα αναλυθεί το πώς πρέπει να αναπτύσσονται σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο οι μελλοντικές στρατηγικές και πλάνα. Οι κύριες κατηγορίες της ενότητας είναι:

(συνεχίζεται στην επόμενη σελ...)

Πώς γράφεται ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο;

- **Στρατηγική Προϊόντων.** Περιγράφεται η στρατηγική που θα ακολουθηθεί για τα προϊόντα, όσον αφορά τα παρακάτω στοιχεία: υπόσχεση του προϊόντος (π.χ. ακριβό και ποιοτικό, φτηνό, εύχρηστο κλπ.), χαρακτηριστικά (π.χ. απορρυπαντικό σε μικρό μέγεθος, με βαλβίδα ασφαλείας για χρωματιστά ρούχα κλπ.), διαφοροποίηση από τα άλλα προϊόντα της αγοράς, μοναδικότητα (Unique Selling Proposition / USP), τι το μοναδικό έχει να προσφέρει το προϊόν.
 - **Πλάνο Marketing.** Το marketing είναι ένα ζωτικό κομμάτι της Επιχείρησης. Το πόσο καλά έχει τοποθετηθεί μια επιχείρηση στην αγορά είναι αυτό που –σε συνδυασμό, βέβαια, με κάποια άλλα– θα κρίνει τελικά, την επιτυχία ή όχι της επιχείρησης. Το πλάνο marketing πρέπει να αρχίζει με μια σύντομη περίληψη των στόχων της επιχείρησης, της θέσης που επιθυμεί να κατέχει ανάμεσα στις άλλες του χώρου (positioning) και της ομάδας-στόχου της. Επίσης, εδώ πρέπει να περιγραφούν: η συμπεριφορά καταναλωτή, το προϊόν, η τιμή, η διανομή, η προώθηση.
 - **Πωλήσεις.** Θα πρέπει να περιλαμβάνεται η πορεία των πωλήσεων των τελευταίων ετών (τα σχεδιαγράμματα βοηθούν πολύ), θα πρέπει να υπάρχει πρόβλεψη των πωλήσεων για τα επόμενα έτη και πρόβλεψη της συνολικής αγοράς. Για τις προβλέψεις, χρειάζεται πάντα να γίνονται κάποιες υποθέσεις. Αυτές πρέπει να διατυπώνονται με σαφήνεια και να είναι ρεαλιστικές.
- 10. Διοικητικό Πλάνο.** Η διοίκηση μίας επιχείρησης συνεπάγεται πολλές ευθύνες. Η πεποίθηση «είμαι α-

φεντικό του εαυτού μου» είναι απλουστευτική και σε καμία περίπτωση δεν ισχύει. Η διοίκηση θέτει τις βάσεις για την επιτυχία της επιχείρησης. Οι άνθρωποι, τα μηχανήματα και οι διάφορες λεπτομέρειες της επιχείρησης χρειάζονται συντονισμό, εκπαίδευση και οργάνωση στο χώρο και το χρόνο (time and space management). Η προνοητικότητα είναι το μεγαλύτερο πλεονέκτημα ενός σωστά δομημένου διοικητικού πλάνου. Επίσης, πρέπει να απαντηθούν τα παρακάτω ερωτήματα:

- Ποιες αδυναμίες υπάρχουν σε διοικητικό επίπεδο;
- Ποιος ή ποιοι θα αναλάβουν τη διοίκηση;
- Ποια είναι τα καθήκοντα τους;
- Είναι ξεκάθαρες και κατανοητές οι ευθύνες;
- Ποιες είναι οι ανάγκες σε προσωπικό;
- Ποιο θα είναι το μισθολογικό καθεστώς;
- Τι προνόμια, πριμ παραγωγικότητας, διακοπές και αργίες θα προσφέρονται;
- Πώς και πότε θα γίνεται η εκπαίδευση και από ποιους;

11. Οικονομικό πλάνο. Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζεται η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Τα στοιχεία προς παρουσίαση είναι των προηγούμενων ετών, αλλά περιλαμβάνονται και προβλέψεις (π.χ. επιτόκια, αλλαγές στην αγορά, φορολογία, έξοδα κλπ.) για τα επόμενα χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να γίνουν πάλι κάποιες υποθέσεις με ρεαλιστικό χαρακτήρα. Ένα οικονομικό πλάνο πρέπει να περιλαμβάνει ισολογισμό, ανάλυση χρηματοροών, κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης, νεκρό σημείο.

12. Επίλογος. Πρέπει να περιλαμβάνεται μία σύνοψη του πονήματος με ανάδειξη της καλής προοπτικής της επιχείρησης.

13. Πηγές. Εμπεριέχονται όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν.

14. Παραρτήματα. Παράθεση τυχόν επιπλέον πληροφοριών.

Και μερικές γενικές κατευθύνσεις:

- Τα σχέδια και τα γραφικά είναι ευανάγνωστα και προτιμώνται ως εργαλεία, κατά τη σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου.
- Οι περιγραφές και οι προβλέψεις θα πρέπει να είναι ρεαλιστικές.
- Τα κείμενα πρέπει να αναφέρονται σε ουσιώδη θέματα και να μην πλατειάζουν.
- Πρέπει να προβλέπονται εναλλακτικά σενάρια.
- Η μορφή ενός επιχειρηματικού σχεδίου δεν είναι τυποποιημένη. Μπορούν να προστεθούν ή να αφαιρεθούν κάποιες υποκατηγορίες, αν κριθεί απαραίτητο.
- Το κείμενο που θα συνταχθεί πρέπει να έχει λογική δομή (όπως αυτή που παρουσιάστηκε), να είναι ευπαρουσίαστο και να μην έχει λάθη.

Καλό επιχειρηματικό σχέδιο είναι αυτό που μειώνει το επιχειρηματικό ρίσκο. Το επιχειρηματικό ρίσκο πάντοτε είναι υπαρκτό, αλλά μέσω ενός καλού επιχειρηματικού σχεδιασμού μπορεί να μειωθεί αισθητά. Γνωρίζοντας πώς γράφεται ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο, το ταξίδι προς την επιχειρηματική επιτυχία είναι πιο εύκολο, χωρίς απρόοπτα και με τις ελάχιστες δυνατές παρεκκλίσεις από τον προορισμό.

INTERNET MARKETING

10 βασικές ερωτήσεις για να αξιολογήσεις την εταιρική σου ιστοσελίδα.

Το ίντερνετ είναι -μεταξύ άλλων- και έναν εξαιρετικό εργαλείο για την προώθηση των εργασιών των επιχειρήσεων. Βασικό μέσο για την επίτευξη αυτού του σκοπού αποτελούν οι εταιρικές ιστοσελίδες. Πώς όμως μπορεί να αξιολογήσει κανείς, αν η εταιρική του ιστοσελίδα, έχει την επάρκεια, ώστε να εξυπηρετήσει τον σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκε;

Κάνοντας τις σωστές ερωτήσεις. Καμία ιστοσελίδα δεν είναι τέλεια. Και οι καλύτερες, έχουν ψεγάδια. Είτε στο περιεχόμενό τους, είτε στην τεχνική τους επάρκεια, είτε στο μάρκετινγκ. Για να αξιολογήσει κανείς ολοκληρωμένα την εταιρική του ιστοσελίδα, θα πρέπει να μπορεί να απαντήσει θετικά, σε τουλάχιστον 50 σχετικές ερωτήσεις (σύμφωνα με [σχετική έρευνα της Spiral](#)). Να οι 10 κορυφαίες:

1. Οι πληροφορίες που παρέχει η ιστοσελίδα μου είναι σωστές;
2. Τα κείμενα έχουν ορθογραφικά λάθη;
3. Το εύρος των πληροφοριών που παρέχονται είναι επαρκές;
4. Τα κείμενα είναι κατανοητά από το ευρύ κοινό;
5. Φορτώνει γρήγορα η ιστοσελίδα;
6. Η εμπειρία που προσφέρει η ιστοσελίδα είναι διακριτή από το διάβασμα ενός περιοδικού;
7. Είναι συμβατή με όλες τις συσκευές (desktop, tablets, smartphones κλπ.);
8. Εφαρμόζονται όλες οι απαραίτητες τεχνικές βελτιστοποίησης αποτελεσμάτων στις μηχανές αναζήτησης (SEO);
9. Παρέχονται δυνατότητες διάδρασης του επισκέπτη με την

ιστοσελίδα;

10. Οδηγείται ο χρήστης συστηματικά προς την εξυπηρέτηση του σκοπού της ιστοσελίδας;

Απαντώντας θετικά τις παραπάνω ερωτήσεις η εταιρική σου ιστοσελίδα είναι σε καλό δρόμο!

Στη Spiral δημιουργήσαμε το δικό μας [μοντέλο αξιολόγησης ιστοσελίδων](#), που βασίζεται στην αποτίμηση 50 επί μέρους ποσοτικών και ποιοτικών παραμέτρων, αναφορικά με το περιεχόμενο, την τεχνική επάρκεια και το μάρκετινγκ, ώστε να μεγιστοποιηθεί η απόδοση κάθε ιστοσελίδας και να φτάσει στο 100% των δυνατοτήτων της.

**Θέλεις να μεγιστοποιήσεις την απόδοση της επιχείρησής σου;
Μεγιστοποίησε την απόδοση της ιστοσελίδας της.**



Η διαδικασία δημιουργίας πελατών στο ίντερνετ.

Η δημιουργία πελατών στο ίντερνετ είναι μία λογική, συστηματική και περιεκτική ακολουθία επιχειρησιακών πρακτικών, ώστε να επιτυγχάνεται ο σκοπός του ιστότοπου της επιχείρησης (πώληση μέσω ίντερνετ, επίσκεψη στο κατάστημα, πληροφόρηση κλπ.).

Στην ακολουθία αυτή περιλαμβάνονται:

1. Δράσεις αναγνωρισιμότητας. Η διεύθυνση της ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι γνωστή σε -κατά το δυνατόν- πολλούς ανθρώπους. Είναι μία απαραίτητη προϋπόθεση για να επισκεφθεί κάποιος μια ιστοσελίδα, να εξοικειωθεί με τη χρήση της, να μείνει στη μνήμη του, να κερδηθεί η εμπιστοσύνη του κ.ά.

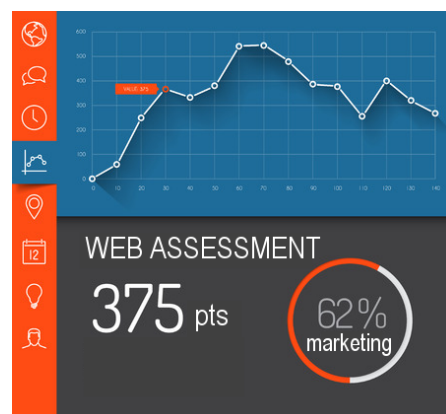
2. Δράσεις ελκυστικότητας. Πρέπει να δημιουργηθούν όσο το δυνατόν περισσότερες διασυνδέσεις με τον ιστότοπο, δηλαδή απευθείας συνδέσεις με άλλες ιστοσελίδες, όπως για παράδειγμα social media, διαφημίσεις, φιλικές ιστοσελίδες, οδηγούς επιχειρήσεων κ.ά. Όσο περισσότερες συνδέσεις υπάρχουν, τόσο περισσότεροι θα είναι και οι χρήστες του ιστότοπου.

3. Δράσεις επισκεψιμότητας. Καλή η είσοδος χρηστών σε μία ιστοσελί-

δα, αλλά μετά τι; Ο χρήστης θα πρέπει να περιηγηθεί στον ιστότοπο, να γνωρίσει τυχόν προϊόντα και υπηρεσίες. Αλλά επιπλέον, θα πρέπει να αλληλοεπιδράσει με τον ιστότοπο, ώστε να κερδηθεί η εμπιστοσύνη του και να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις αγοράς. Δημιουργία λοιπόν, αφορμών για την ενεργή συμμετοχή του επισκέπτη της σελίδας, όπως φόρμες εγγραφής, διαγωνισμοί, δωρεάν παροχές κ.ά.

4. Δράσεις πωλήσεων. Ο επισκέπτης, εφόσον έχει αλληλεπιδράσει με τη σελίδα, είναι πλέον έτοιμος να αγοράσει κάτι. Όμως δεν θα το κάνει αν δεν οδηγηθεί εκεί με συνέπεια. Κάθε ιστότοπος θα πρέπει να οδηγεί συστηματικά τον επισκέπτη στην αγορά και κατά το δυνατόν προσωπικά.

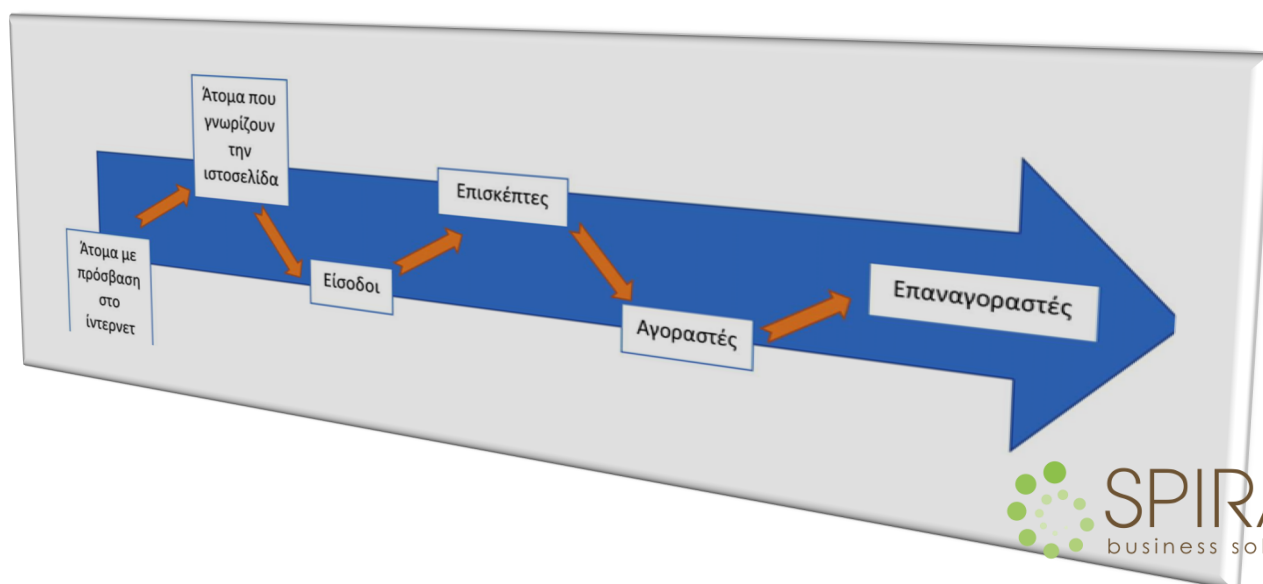
5. Δράσεις διατηρησιμότητας. Εφόσον ο άνθρωπος, έγινε χρήστης, ο χρήστης έγινε επισκέπτης και ο επισκέπτης πελάτης, μένει άλλο ένα πολύ - πολύ σημαντικό βήμα: να διατηρηθεί αυτό που με τόσο κόπο δημιουργήθηκε. Δηλαδή, να δημιουργηθούν προϋποθέσεις επαναγοράς του πελάτη, με δράσεις όπως αλληλογραφία, προσωπική εξυπηρέτηση και ενημέρωση,



προσωπικές εκπτώσεις κ.ά.

Όλα καλά κι όλα ωραία! Κάνουμε λοιπόν τις απαραίτητες κινήσεις και αναμένουμε τα αποτελέσματα, πάντοτε μετρώντας με ακρίβεια και συνέπεια, κάθε μία από αυτές. Αλλά προσοχή: εάν ο ιστότοπος της επιχείρησης δεν πληροί συγκεκριμένες προδιαγραφές, τότε είναι πολύ πιθανό, να μην επιτευχθούν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Δοκιμάστε μία [δωρεάν αξιολόγηση](#) της εταιρικής σας ιστοσελίδας, βάσει του Μοντέλου Αξιολόγησης Ιστότοπου της Spiral.

- Θέλω να αξιολογήσω την εταιρική μου ιστοσελίδα. Τι λες;
- Μπες στη Spiral.



SPIRAL

business solutions

Αδαμάντιου Κοραή 9
55132
Καλαμαριά
Θεσσαλονίκη

Τηλέφωνο: 2314-033-909
e-mail: spiral@spiral.com.gr
Web: www.spiral.com.gr



Η Spiral είναι το μέσο επιχειρηματικής ανάπτυξης και προόδου των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Εστιασμένη στη μάθηση και την καινοτομία, στηρίζει την επιχειρηματική σας προσπάθεια, παρέχοντας συμβουλές και υπηρεσίες αξίας και καθοδηγώντας σας στο δρόμο για την επιτυχία.

Επισκεφθείτε την ιστοσελίδα μας στο:

www.spiral.com.gr

Για περισσότερη επιχειρηματική ενημέρωση και μάθηση συνδεθείτε μαζί μας:



www.facebook.com/spiralonline

ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ

GPS εντοπιστής κατοικίδιου.

Καθημερινά χάνονται χιλιάδες κατοικίδια σε όλο τον κόσμο, θέτοντας σε κίνδυνο τη ζωή τους και γεμίζοντας με αγωνία τους ιδιοκτήτες τους. Μέχρι σήμερα, ο κόσμος αναρτούσε αφίσες στους δρόμους, ρωτούσε τους περαστικούς, ή κοινοποιούσε την απώλεια του ζώου του στο διαδίκτυο. Τίποτε από όλα αυτά όμως δεν διασφάλιζε τον εντοπισμό του κατοικίδιου του, με τραγικές δυστυχώς συνέπειες.

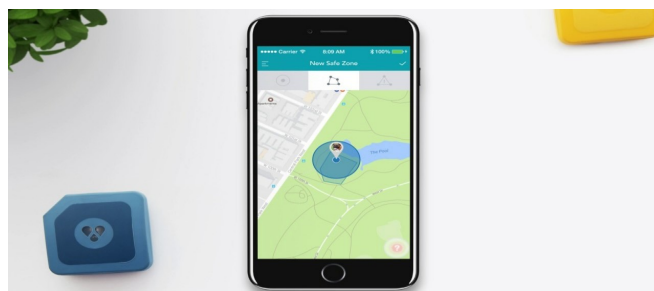
Σήμερα όμως ο εντοπισμός των χαμένων κατοικίδιων είναι εφικτός με το Findster Duo+, ένα σύστημα εντοπισμού με GPS. Το σύστημα αποτελείται από δύο μικρά, ελαφριά και αδιάβροχα bluetooth (κομπιουτεράκια), ένα για το κολάρο του ζώου και ένα για τον ιδιοκτήτη του. Τα δύο bluetooth επικοινωνούν

μεταξύ τους σε απόσταση έως και 4,8 χλμ και με τη βοήθεια σχετικής εφαρμογής, κατάλληλης για κάθε τύπου smart phone (Findster App), η θέση του κατοικίδιου γίνεται ορατή στο κινητό τηλέφωνο και μάλιστα σε πραγματικό χρόνο.

Το Findster Duo+ μπορεί να αποκτηθεί στην τιμή των 150€ (ή και φθηνότερα για 2 ή 3 συστήματα) και

θεωρείται ότι είναι για μια ζωή και δεν χρειάζεται κάποια άλλη υποστήριξη, παρά μόνο φόρτιση.

Η επιχειρηματική ιδέα του Findster Duo+ διακρίθηκε ως μία από τις καλύτερες και πιο καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες στον κόσμο την 1η εβδομάδα του Ιανουαρίου του 2019.



www.getfindster.com