



Διατρέφεται
Δωρεάν

Ο Σχολιαστής

Μηνιαία Πολιτική - Σατιρική και Αποκαλυπτική Εφημερίδα της Αγ. Παρασκευής



• άριος • δητικό • καφές • παχινό • σάντουιτς

Κεντρικό:
Αγ. Τριάδος 18, Παράδεισος,
Αγ. Παρασκευή, 210 6007227

Υποκ/μα: Αγ. Αντωνίου 116,
Πάτημα Χαλανδρίου, 210 6007070
www.aggelidis.com.gr

Ο «τελευταίος πειρασμός» του δημάρχου Βασίλη Ζορμπά!

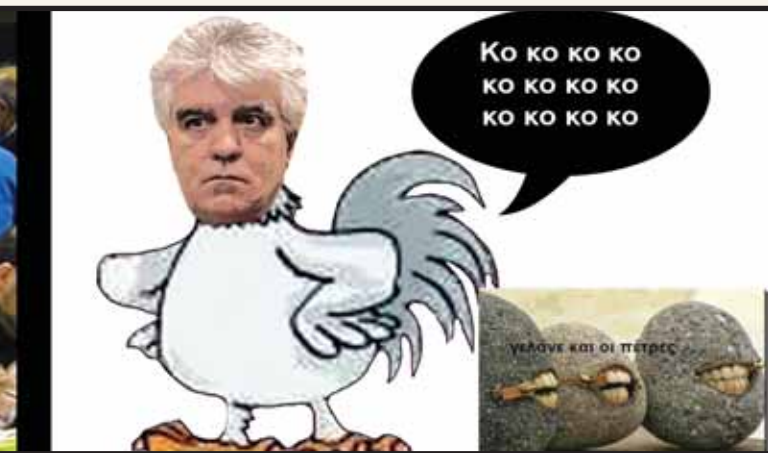
σελ. 6 - 7



Εμένα που με βλέπετε.. Ξέρετε πόσα καταστήματα που παρανομούν έχω κλείσει ;



Δήμαρχε με το DaVinci που έχει και καταδικαστική απόφαση τι κάνεις;



Κο κο κο κο κο κο κο κο κο κο κο κο κο κο

γελάνε και οι πέτρες

MarketingWeek

ERIMIS AWARDS 2013

Μίνικας Κωνσταντίνος και Δημουργιάδης

Advertising: Κατερίνη Βλάσκου, Μοντέριας International

Publicity: Γιώργος Σαββίδης

Media Specialists in the Digital Era

Επί Τμήματος Διαφήμισης

σελ. 9

Βασίλης Γιαννακόπουλος

Ο Καπετάνιος στη φουρτούνα φαίνεται και ο Δήμαρχος στο χριστουγεννιάτικο στολισμό!

σελ. 5

Γιάννης Σταθόπουλος

Όλοι μαζί για τη "Νίκη" τον ερχόμενο Μάιο

σελ. 3

ΣΧΟΛΕΣ ΟΔΗΓΩΝ ΚΩΝ. Ξ. ΡΟΥΣΣΗΣ

35 χρόνια παρουσίας

στην εκπαίδευση φοροτεχνικών και επαγγελματιών οδηγών

Συνεχίζονται οι μεγάλες προσφορές από τις σχολές "Ρούσσης"

Εκπρωτικό κουπόνι μέχρι τις 28 Φεβρουαρίου 2014

Για περισσότερες πληροφορίες οπισθόφυλλο

Σωτήρης Ησαΐας:

“πρόσωπο της οικονομίας” των περιοδικών “Marketing Week”, “Hr Professional”

Νίκος Σόβολος

Αγίου Ιωάννου: Έργο μακριά από τη σύγχρονη πραγματικότητα

σελ. 4

Ανδρέας Γκιζιώτης

Πολιτικός ξεπεσμός στο προεκλογικό παζάρι

σελ. 15

anytime...markets

7 μέρες την εβδομάδα από τις 8:00 μέχρι τις 23:00

OK! anytime...markets

Κάθε μέρα δίπλα σας!

Αγίας Τριάδος 4, Αγία Παρασκευή
τηλ.: 210 60 03 593

Ψιλικά - Άρτος - Γλυκό - Καφές

Είδη καπνιστού - Ελληνικός και Ξένος Τύπος
Γαλακτοκομικά - Τυροκομικά - Αλλαντικά
Κάβα (ποτά - κρασιά - χύμα τσιουδιά - τσίπουρο)

Ψωμιά (χωριάτικο, ολικής, πολύσπορο) Βουτήματα - Παξιμάδια - Κριτσινάκια

σελ. 9

Ζαχαρώδη - Σοκολάτα
Αναψυκτικά - Μπίρες
Ζυμαρικά - "Μπινελίκια" Σάντουιτς
Βιολογικά προϊόντα

Κατεψυγμένα (λαχανικά - πίτσες)
Espresso - cappuccino
Ελληνικός - Nescafe granne
Τυρόπιτα Σφολιότα
Σπανακοτυρόπιτα
Απορρυπαντικά - χαρπικά
είδη υγιεινής

Παράδοση ΚΑΤ ΟΙΚΟΝ

Ελάχιστη Παραγγελία 5 ευρώ χωρίς Τύπο και ταξίγρα από 9:00 - 13:00 & 19:00 - 21:00

Σκύρου 21 πλ. Ύδρας
Αγία Παρασκευή
Τηλ.: 210 60 13 409
Κιν.: 694 30 08 500

Το σύγχρονο μοντέλο εταιρικής εκπαίδευσης στελεχών βασικός μοχλός για την οικονομική ανάπτυξη

Τις απόψεις του συμπολίτη και δημοτικού συμβούλου της πόλης μας, συμβούλου εταιρικής εκπαίδευσης, Σωτήρη Ησαΐα, για το σύγχρονο μοντέλο εταιρικής εκπαίδευσης των στελεχών των επιχειρήσεων, φιλοξενούν στα τεύχη Ιανουαρίου 2014 τα εξειδικευμένα περιοδικά "Marketing week" και "HR PROFESSIONAL".

Η σημερινή ανταγωνιστική επιχειρηματικότητα έχει ανάγκη από σωστά εκπαιδευμένα στελέχη, που να μπορούν να προάγουν υλοποιήσιμες καινοτόμες ιδέες, με σύγχρονο τρόπο σκέψης και αντίληψης, άρρηκτα προσηλωμένα με το σκοπό και τους στόχους των εταιρειών τους επισημαίνει ο κ. Ησαΐας και ειδικά στη χώρα μας η οποία βρίσκεται στη δίνη του παγκόσμιου οικονομικού κλυδωνισμού και βιώνει τα αποτελέσματα μιας εξαιρετούς οικονομικής ύφεσης τα εκπαιδευμένα στελέχη πρέπει να μπορούν να προτείνουν και να δημιουργούν καινοτόμες υπηρεσίες και προϊόντα, κάτι το οποίο επιφέρει επενδύσεις οι οποίες με τη σειρά τους, θέτουν τα θεμέλια για την οικονομική ανάπτυξη της χώρας. «**Η εποχή της ατλής θεωρητικής κατάρτισης των στελεχών μιας επιχείρησης έχει παρέλθει**» επισημαίνει ο κ. Ησαΐας και η σύγχρονη εκπαίδευση αποτελείται από νέες τάσεις ερευνών, σύγχρονες πανεπιστημιακές θεωρίες, ασκήσεις ατομικές και ομαδικές, role playing και προσωπική συμμετοχή σε συναντήσεις των εκπαιδευομένων με υποψήφιους πελάτες τους, υπό τη μορφή coaching, έτσι ώστε να είναι διακριτά τα θετικά σημεία της συνάντησης **και να επισημανθούν τα αρνητικά ώστε να μην επαναληφθούν την επόμενη φορά.**

Ο σύγχρονος τρόπος εκπαίδευσης, συνεχίζει ο κ. Ησαΐας, αποτελείται από τρεις άξονες: **1) τον προγραμματισμό, 2) την οργάνωση και 3) τον έλεγχο.** Αυτοί οι άξονες θα πρέπει να διαμορφώνουν τον κύριο κορμό της εκπαίδευσης τόσο σε εταιρικό όσο και προσωπικό επίπεδο ξεχωριστά για τον κάθε επαγγελματία- εκπαιδευμένο.

Εάν ο εισηγητής δεν γνωρίζει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες όχι μόνο του πελάτη του αλλά και των ανταγωνιστών του, τότε δεν έχει διενεργηθεί με επαγγελματισμό η προεργασία και είναι βέβαιο με μαθηματική ακρίβεια ότι θα καταλήξει σε αποτυχία. Βεβαίως συνεχίζει ο κ. Ησαΐας ο σύγχρονος αυτός τρόπος εκπαίδευσης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό και από τον εισηγητή των εταιρικών σεμιναρίων, ο οποίος πέραν των Πανεπιστημιακών του γνώσεων, της εξοικείωσης του με την τεχνολογία και της μακρόχρονης εργασιακής και διοικητικής του εμπειρίας, **θα πρέπει να είναι και άριστος γνώστης των ξένων αλλά και της ελληνικής αγοράς,** γιατί βασική προϋπόθεση της επιτυχίας των εισηγητών, είναι η δυνατότητα ν' αντιμετωπίζουν σε καθημερινή βάση τις ίδιες αντιξοότητες και προβληματισμούς που αντιμετωπίζουν οι εκπαιδευόμενοι, και να προτείνουν τις λύσεις επιτυχίας τις οποίες έχουν εφαρμόσει οι ίδιοι στην ανταγωνιστική αγορά.

Στη συνέχεια ο κ. Ησαΐας επισημαίνει τα **τραγικά σφάλματα** που έκαναν οι εταιρείες στην οικονομική κρίση των τελευταίων έξι ετών στην Ελλάδα, ανάμεσα στα οποία ήταν και οι **περικοπές στην εταιρική διαφήμιση και στην εταιρική εκπαίδευση των στελεχών τους,** διότι όπως είπε, σε περιόδους οικονομικών και αγοραστικών κρίσεων δεν κάνεις περικοπές σε καιρίους τομείς της προώθησης των προϊόντων και υπηρεσιών της εταιρείας, και δεν διακόπτεις τη συνεχή εταιρική εκπαίδευση των στελεχών της εταιρείας από τους οποίους εξαρτάται κατά πλείστον η χρηματική ρευστότητα.

Σε ότι αφορά τις πιο σημαντικές τεχνικές πωλήσεων οι οποίες διαχρονικά και σε παγκόσμια εμβέλεια έχουν αποδείξει έμπρακτα με την πάροδο ετών τα αποτελέσματα τους, είναι κατά τον κ. Ησαΐα **α) Η προγραμματισμένη και τεχνολογικά άρτια παρουσίαση με όλα τα σημαντικά χαρακτηριστικά και οφέλη των προϊόντων της εταιρείας, β) τα πωλησιακά συνέδρια,** όπου αναγνωρίζεται ο καταγιγισμός των ιδεών, **γ) ο γεωγραφικός τομέας** κάθε πωλητή για την αύξηση παραγωγικότητας, **δ) ο πωλησιακός στόχος** για να είναι μετρήσιμα τα αντίστοιχα αποτελέσματα και να ανταμείβονται οι κορυφαίοι πωλητές, **ε) οι μαζικές προσωπικές ηλεκτρονικές και ταχυδρομικές αποστολές, ζ) η βιομηχανική διαφήμιση,** η δημοσιότητα και τέλος η αξιοποίηση του παλαιού και υπάρχοντος πελατολογίου ως «μάρτυρες» για τη διαφημιστική τεκμηρίωση και πωλησιακή προώθηση.

MarketingWeek
www.marketingweek.gr

ERMS AWARDS 2013
Μίνιμα αποδοχών και άμφορυσίστας

Advertising
Kempire Skánu, Mandates International «Η Επιστροφή κερδοσύνων κερδών και ανάπτυξης» σελίδα 22

Γίνεμα Ελέγματος, Build Ogilvy
«Γίνεμα, αυτώντις και το σκεπτικιστικό και το κερδοσύνων» σελίδα 24

Γίνεμα Στρατηγίας, OgilvyOne
«Το Brand Content και το σκεπτικιστικό και το κερδοσύνων» σελίδα 26

Media Specialists in the Digital Era
«Μεταμόρφωση και το κερδοσύνων» σελίδα 27

Eni Yánninas
«Αποφασιστική & Θεωρητική» σελίδα 28

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ ΗΣΑΪΑΣ, ΕΥΜΒΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
Το σύγχρονο μοντέλο εταιρικής εκπαίδευσης ωθεί την ανάπτυξη