



11^ο

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ
& ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ

*Η συνάντηση
των καλύτερων*

Εξωστρέφεια

ανάλυση υπό δύο πρίσματα, κυριολεκτικά & μεταφορικά

Νίκος Βλαχάκης

Μέλος επιτροπής Συνεδρίου
Μέλος εκπαιδευτικού συμβουλίου INKAA

Εικονογράφηση: Σωκράτης Ξανθόπουλος



11^ο ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ
& ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ

*Η συνάντηση
των καλύτερων*



Τι έχει αλλάξει στην αγορά;



11^ο ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ
& ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ

*Η συνάντηση
των καλύτερων*



Η ίδια η αγορά!



Τα βασικά χαρακτηριστικά της νέας αγοράς:

1. Η μειωμένη δραστηριότητα.
2. Η μειωμένη ρευστότητα της αγοράς.
3. Οι έντονες ανταγωνιστικές πιέσεις.
4. Ο τελικός καταναλωτής είναι πλέον στο προσκήνιο, είναι εξαιρετικά διαβασμένος και απαιτητικός και βρίσκεται σε μια συνεχή αναζήτηση της αξίας.



Εισαγωγή



11^ο ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ
& ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ

*Η συνάντηση
των καλύτερων*

**Ο πελάτης/καταναλωτής, έκτος από την
άψογη αισθητική, αναζητεί λύσεις πάνω στο
τρίπτυχο:**

- προσιτή τιμή
- χρησιμότητα / χρηστικότητα
- αντοχή στο χρόνο





Ουσιαστικά μιλάμε για μια νέα αγορά!

Η νέα αγορά χρειάζεται μια νέα λογική και μια νέα προσέγγιση.
Τη λογική της εξωστρέφειας!

- Τι είναι η εξωστρέφεια;
 - Ευχή ή τρόπος ζωής;
 - Πολυτέλεια, επιθυμία ή ανάγκη;
 - Γιατί το καβούκι δεν μας προστατεύει πλέον και θα πρέπει να βγούμε από αυτό;
 - Είμαστε εξωστρεφείς;
 - Έχουμε τη δυνατότητα να γίνουμε εξωστρεφείς;
- 8 Άξονες αξιολόγησης.**





Γνωρίζουμε την αγορά στην οποία απευθυνόμαστε;

- Σε ποιο τμήμα της αγοράς απευθυνόμαστε;
- Πώς είμαστε τοποθετημένοι στην αγορά;





Γνωρίζουμε τις τάσεις, τις ανάγκες και τις προτιμήσεις της αγοράς;

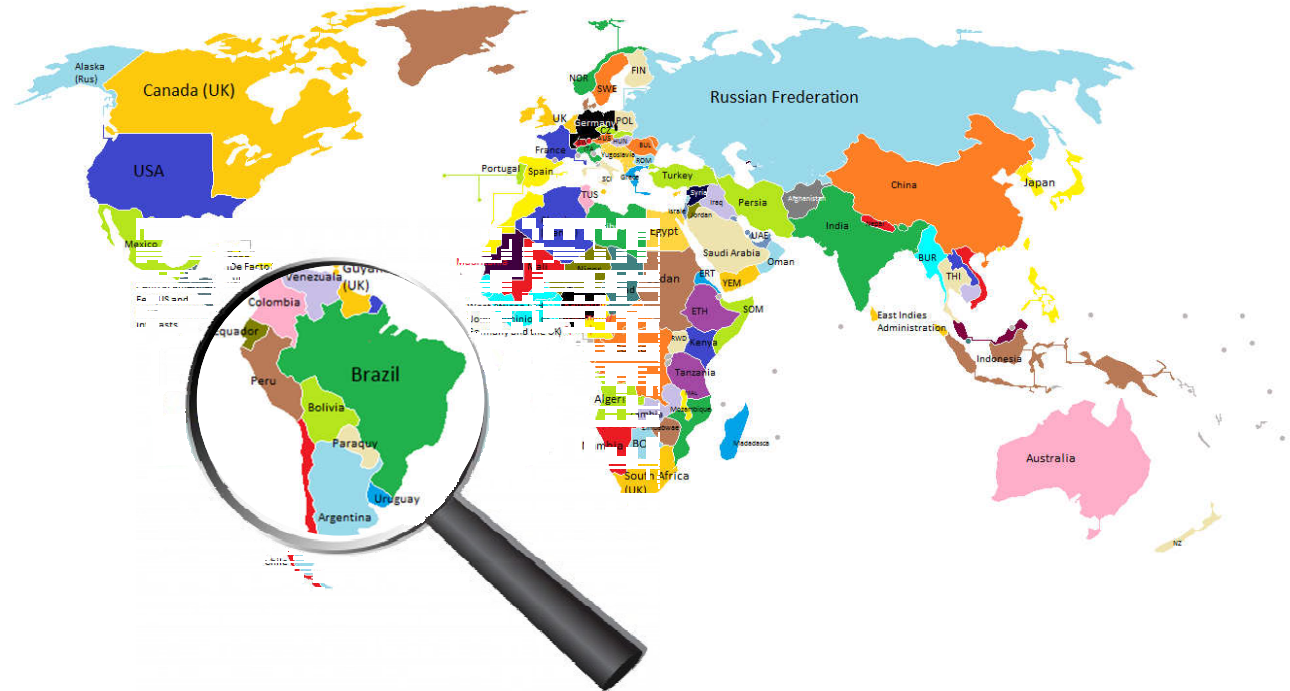
Έχουμε εξασφαλίσει, ότι τα προϊόντα μας και οι υπηρεσίες μας είναι προσαρμοσμένα στις παρούσες επιθυμίες και προτιμήσεις της αγοράς;





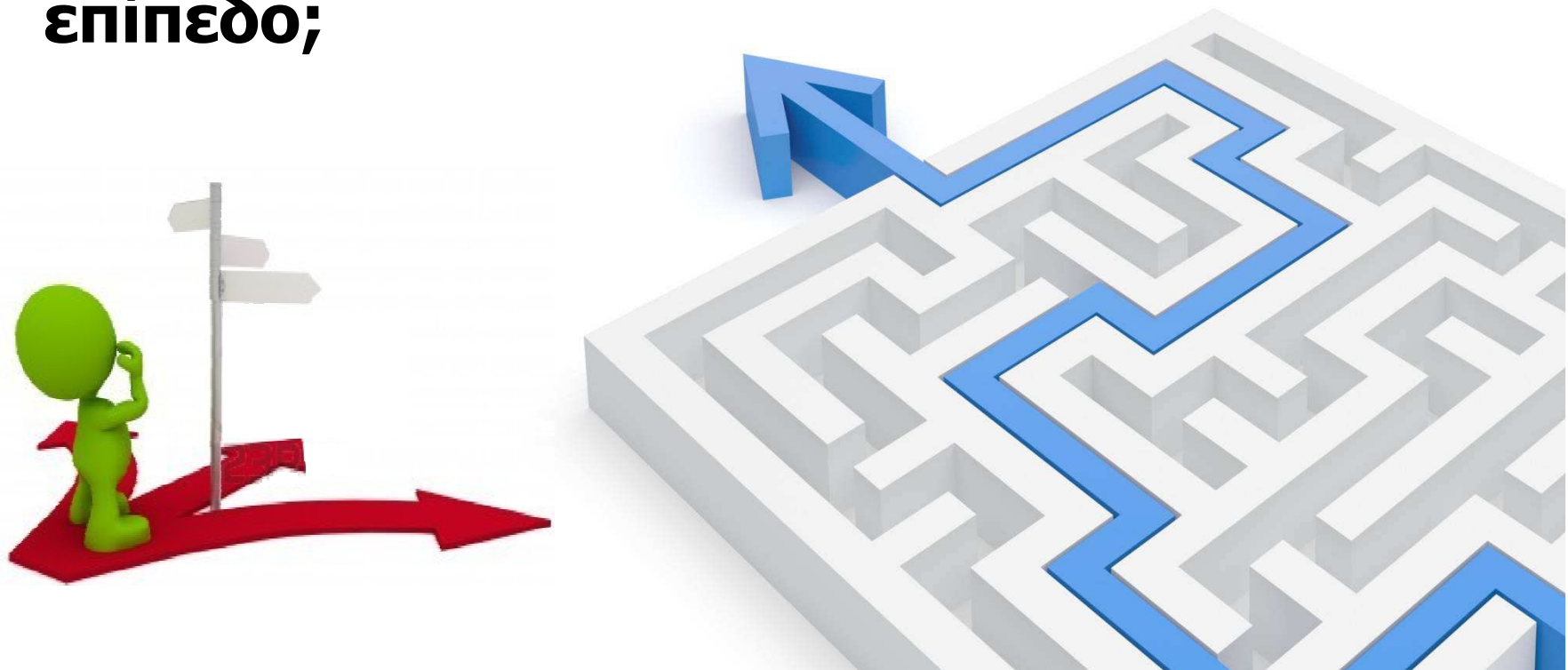
Μπορούμε να εντοπίσουμε έγκαιρα τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην αγορά;

- Μπορούμε να επιλέξουμε τις καλύτερες;
- Μπορούμε να τις αξιοποιήσουμε;





Έχουμε τη δυνατότητα να σχεδιάσουμε τη στρατηγική της επιχείρησης σε βραχυπρόθεσμο και σε μακροπρόθεσμο επίπεδο;





Γνωρίζουμε ποιος είναι ο ανταγωνισμός μας;

- Γνωρίζουμε το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα;
- Προσφέρουμε στην αγορά προϊόντα και υπηρεσίες διαφοροποιημένες έναντι του ανταγωνισμού;
- Γνωρίζουμε σε βάθος τα ανταγωνιστικά υλικά;
(π.χ. Ρ.Υ.Σ, Ξύλο, κ.ο.κ.)





Είμαστε γνωστοί στην αγορά;

- Η εταιρεία μας και τα προϊόντα της είναι αναγνωρίσιμα;
- Αξιοποιούμε σύγχρονα και αποδοτικά εργαλεία επικοινωνίας και προώθησης;





Αξιοποιούμε αποτελεσματικά τις σύγχρονες τεχνολογίες, στη διαμόρφωση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος;

- Σύγχρονες τεχνολογίες στην Έρευνα και Ανάπτυξη.
 - Σύγχρονες τεχνολογίες στην παραγωγή.
- Σύγχρονες τεχνολογίες στην εξυπηρέτηση της αγοράς.
- Σύγχρονες τεχνολογίες στην επικοινωνία και στην προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών της εταιρείας.





Έχουμε εξασφαλίσει ότι το σύνολο των στελεχών μας, δουλεύει προς την ίδια κατεύθυνση;

- Γνωρίζουν όλα τα στελέχη τη στρατηγική της επιχείρησης;
- Υπάρχει ομαδικότητα μεταξύ των στελεχών;
- Υποστηρίζουν όλα τα στελέχη την εξωστρέφεια της επιχείρησης;





11^ο

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ
& ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ

*Η συνάντηση
των καλύτερων*

Εξωστρέφεια



Νίκος Βλαχάκης

Μέλος οργανωτικής επιτροπής Συνεδρίου
Μέλος εκπαιδευτικού συμβουλίου ΙΝΚΑΛ

Εικονογράφηση: Σωκράτης Ξανθόπουλος