

women in digital

ΤΕΥΧΟΣ 17 // ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2023

Μάριαμ Σάνιρι

MARKETING DIRECTOR
PRAKTIKER HELLAS

“Δεν υπάρχει καλύτερη έμπρακτη απόδειξη του *Home Improvement*, του *core business* των *Praktiker*, από ένα ουσιαστικό πρόγραμμα συμπερίληψης και προσβασιμότητας όπως το «Σπίτι Ανοιχτό»”

WOMEN IN *Highlights*



**ΧΑΡΙΣ
ΜΑΚΡΑΚΟΥ**

COMMUNICATION
SPECIALIST FOUNDER
COMMUNICATION
STUDIO, BOUTIQUE
COMMUNICATIONS AGENCY



**ΔΑΦΝΗ
ΜΠΕΧΤΣΗ**

FOUNDER & MANAGING
DIRECTOR @ CINOVO



**ΧΡΙΣΤΙΝΑ
ΦΩΤΕΙΝΟΠΟΥΛΟΥ**

SENIOR DIGITAL CONSULTANT
ASCEND



**ΣΟΦΙΑ
ΤΡΙΑΝΤΟΥ**

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ
ΒΟΤΑΝΟΛΟΓΟΣ,
ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΣ ΘΗΛΛΙ ECO
SHOP



**ΕΛΛΗ
ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ**

NEA DIRECTOR PITCH PR

Hot Topics

24η σε 58 χώρες
η Ελλάδα σε θέματα
Ισότητας



- ✓ Η Ελληνίδα πρέσβειρα της Estée Lauder, **Ελένη Μενεγάκη**, παρουσιάζει και φέτος το νέο συλλεκτικό ροζ βραχιόλι με το μήνυμα «Η ομορφιά μας ενώνει στον αγώνα κατά του καρκίνου του μαστού». Εδώ και περισσότερο από 30 χρόνια, από τότε που η Evelyn H. Lauder ξεκίνησε την εκστρατεία ενημέρωσης για τον καρκίνο του μαστού της The Estée Lauder Companies και συν-δημιούργησε το 1992 την εμβληματική ροζ κορδέλα, είχε θέσει ως στόχο της εκστρατείας τη διαρκή ενημέρωση του κοινού για τη σημασία της έγκαιρης διάγνωσης και πρόληψης.
- ✓ Τα νέα της καθήκοντα ως Διευθύνουσα Σύμβουλος της Bayer Ελλάς αναλαμβάνει από την 1η Οκτωβρίου 2023 η **Ana Vega** η οποία θα έχει την ευθύνη για το σύνολο της δραστηριότητας της εταιρείας στη χώρα μας ως Senior Bayer Representative (SBR), ενώ παράλληλα αναλαμβάνει καθήκοντα Country Division Head (CDH) στον Τομέα Φαρμάκων για το Cluster Southern Mediterranean & Black Sea (Ελλάδα, Κύπρος, Βουλγαρία, Ρουμανία, Μολδαβία και Ουκρανία). Η Ana Vega είναι στέλεχος με σημαντική εμπειρία στη φαρμακευτική αγορά, έχοντας αναλάβει θέσεις ευθύνης εντός της Bayer, για περισσότερα από 20 χρόνια.
- ✓ Τον ρόλο της Business Unit Director στη Hill+Knowlton Strategies αναλαμβάνει η **Χριστίνα Κουτρομάνου** η οποία εργάζεται στην εταιρεία για περισσότερα από έξι έτη, με τελευταία της θέση αυτήν της Client Service Director
- ✓ Στη θέση της Digital Director στη Soho Square Athens προήχθη η **Ανδρομάχη Κολτσιδοπούλου** η οποία εργάζεται στην εταιρεία σχεδόν τρία χρόνια, με τελευταία τη θέση της Digital Manager, ενώ, στο παρελθόν, εργαζόταν στη Philip Morris International ως CC Brands Marketing Executive.

Με βάση τα πιο πρόσφατα δεδομένα, αυξάνεται η παρουσία των γυναικών σε θέσεις εξουσίας, επιστημονικής έρευνας και επιχειρηματικότητας. Αυτή η θετική εξέλιξη δεν είναι απλώς αποτέλεσμα προσπαθειών εντός των ελληνικών συνόρων, αλλά επίσης αποτυπώνει τη δέσμευση της χώρας στην ενίσχυση της ισότητας σε διεθνές επίπεδο.

Πράγματι η χώρα μας ανέβηκε στον Δείκτη Ισότητας των Φύλων του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου για την Ισότητα των Φύλων (EIGE). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που δόθηκαν στη δημοσιότητα, η άνοδος του δείκτη για την Ελλάδα κατά 4,6% σε σύγκριση με τα περσινά στοιχεία, την καθιστά τη χώρα με τη μεγαλύτερη ετήσια αύξηση στη βαθμολογία του Δείκτη Ισότητας.

Η Ελλάδα συγκέντρωσε βαθμολογία 58 στα 100 και βρέθηκε στην 24η θέση μεταξύ των κρατών μελών της Ε.Ε. - από την 27η θέση που ήταν την προηγούμενη χρονιά. Μάλιστα η βαθμολογία της χώρας αυξήθηκε κατά 9,4 μονάδες σε σχέση με το 2010, αποδεικνύοντας ότι η Ελλάδα έχει αρχίσει να καλύπτει την απόσταση που τη χωρίζει από άλλα κράτη μέλη. «Η άνοδος της χώρας μας στον Δείκτη Ισότητας των Φύλων δείχνει ότι η Ελλάδα έχει κάνει σημαντικά βήματα στην ισότητα των φύλων.

Ωστόσο, δεν κρύβουμε ότι έχουμε ακόμα δρόμο να διανύσουμε μέχρι να πετύχουμε την πλήρη εξάλειψη των ανισοτήτων σε όλους τομείς της ζωής. Η ελληνική κυβέρνηση και το Υπουργείο Κοινωνικής Συνοχής και Οικογένειας επιταχύνουν τις προσπάθειες για να βελτιωθεί ακόμη περισσότερο η θέση της χώρας στον Δείκτη και να επιτευχθεί ουσιαστική ισότητα» δήλωσε η Υφυπουργός Κοινωνικής Συνοχής και Οικογένειας Μαρία - Αλεξάνδρα Κεφάλα.

EDITORIAL

FALCONERI

SUPERIOR CASHMERE



THE JOURNEY OF OUR CASHMERE

Η νέα συλλογή FW 23 αποτελεί μια εξαιρετική μαρτυρία της λεπτότητας, απαλότητας και της κομψότητας της καλύτερης ίνας στον κόσμο: του Pure Cashmere.

FALCONERI.COM

ΕΑΡΜ: πρώτη γυναίκα Πρόεδρος η Berna Oztinaz, αναλαμβάνει από την 1η Ιανουαρίου 2024

Η Έλλη Ματσούκα παραμένει στο νέο ΔΣ του ΕΑΡΜ



Την ετήσια συγκέντρωση του πραγματοποίησε στη Λισαβόνα ο European Association for People Management (EAPM), ο Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Ανθρώπινου Δυναμικού. Εκπρόσωποι από 35 ευρωπαϊκούς συνδέσμους, μεταξύ των οποίων και ο Πρόεδρος του ΣΔΑΔΕ, Σωτήρης Σταματίου, έδωσαν το «παρών», ανταλλάσσοντας γνώσεις, εμπειρίες και ιδέες, με στόχο να κάνει η HR κοινότητα ένα βήμα μπροστά. Παράλληλα, μετά από σχετικές εκλογές, Πρόεδρος του ΕΑΡΜ από την 1η Ιανουαρίου του 2024 αναλαμβάνει η **Berna Oztinaz** από τον PERYÖN Türkiye İnsan Yönetimi Derneği, δηλαδή τον Σύνδεσμο της Τουρκίας. Η Oztinaz είναι μέλος του ΔΣ του ΕΑΡΜ από το 2020 και κατέχει τον τίτλο της Αντιπρόεδρος, ενώ το 2022 έγινε η πρώτη γυναίκα που εκπροσώπησε τον ΕΑΡΜ στο Συμβούλιο του World Federation of People Management Associations (WFPMA), ήτοι του Παγκόσμιου Συνδέσμου Ανθρώπινου Δυναμικού. Μετά την εκλογή της, η B. Oztinaz είναι και η πρώτη γυναίκα Πρόεδρος του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Ανθρώπινου Δυναμικού. Μετά από τις σχετικές εκλογές, από την 1η Ιανουαρίου του 2024, η σύνθεση του νέου ΔΣ του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Ανθρώπινου Δυναμικού θα διαμορφωθεί ως εξής: Πρόεδρος: Berna Oztinaz, Τουρκία, Αντιπρόεδρος: David Ducheyne, Βέλγιο, Ταμίας: Massimo Carluccio, Ελβετία, Έλλη Ματσούκα, Κύπρος, Raffaele Credidio, Ιταλία, Solveiga Grudienė, Λιθουανία, Ulrik Schultz Brix, Δανία, Darko Petrovski, Βόρεια Μακεδονία, Ελεγκτής: Marita Salo, Φινλανδία.

Η παγκόσμια επιδίωξη της ισότητας το 2023



Σύμφωνα με μια ανάλυση του Bloomberg σε δεδομένα απασχόλησης που αντιπροσωπεύουν 9 εκατομμύρια άτομα, από όλες τις θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν το 2021, το 94% πήγε σε έγχρωμους. Αυτή η εντυπωσιακή αλλαγή υποδηλώνει ότι τα εμπόδια δεν ήταν εξ ολοκλήρου θεσμικά, όπως ισχυριζόνταν προηγουμένως, αλλά μάλλον οργανωτική βούληση. Το κύμα των προσλήψεων ποικιλομορφίας μετά το κίνημα **Black Lives Matter** μοιάζει να έχει αρχίσει να υποχωρεί. Υπάρχει αυξανόμενη ανησυχία ότι οι εταιρείες αρχίζουν να ανησυχούν για τη διατήρηση των δεσμεύσεών τους για την πολυμορφία, την ισότητα και τη συμπερίληψη (DEI), γεγονός που είναι εμφανές στην αναδίπλωση των ειδικών θέσεων και πρωτοβουλιών DEI. Μόλις την περασμένη εβδομάδα, η Επιτροπή Ίσων Ευκαιριών Απασχόλησης των ΗΠΑ μήνυσε την Tesla για τη δημιουργία εχθρικού εργασιακού περιβάλλοντος για τους μαύρους εργαζόμενους στο εμβληματικό εργοστάσιό της στην Καλιφόρνια.

Η Πόπη Ασλανίδου στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος



Ως Special Partner, Marketing Division Καθήκοντα Special Partner, Marketing Division, ανέλαβε στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος η **Πόπη Ασλανίδου**, με προέλευση από τη Watt+Volt όπου θήτευσε ως Chief Marketing Officer. Στέλεχος με μακρά εμπειρία στον κλάδο του marketing, η Πόπη Ασλανίδου έχει συνεργαστεί προηγουμένως με μεγάλες εταιρείες και agencies της αγοράς, όπως με τον ΟΠΑΠ ως Brand|Advertising & Digital Director και Brand/ ATL Team Manager, την Ogilvy ως Strategic Planning Director, το Ashley & Holmes Worldgroup ως Strategic Planning Director και τη Frank & Fame ως Strategic Planner/Founding Member. Είχαν προηγηθεί συνεργασίες της με τη Leo Burnett ως Account Director, την Tribe ως Account Supervisor και την Cream ως Account Manager.

Στο ελληνικό boutique PR agency Concept Communication Strategies η Hästens



Το ελληνικό boutique PR agency Concept Communication Strategies αναλαμβάνει το συνολικό πλάνο Στρατηγικής Επικοινωνίας της Hästens, της σουηδικής εταιρείας κατασκευής κρεβατιών και στρωμάτων πολυτελείας. Η Hästens ήρθε στην Ελλάδα από την Αφοί Βελιβασάκης ΑΒΕΕ, γνωστή για τα προϊόντα ύπνου Candia, με το άνοιγμα του πρώτου flagship store της Hästens στην Αθήνα. Η Concept Communication Strategies ανέλαβε το συνολικό πλάνο για την παρουσία του brand στην ελληνική αγορά μέσα από την παροχή υπηρεσιών Στρατηγικής Επικοινωνίας, Media Relations, Social Media Management, Influencers Activation και Event Management. Η Γιώτα Χουλιαρά, Founder & Managing Director της Concept PR, αναφέρει: «Είναι εξαιρετικά τιμητικό για ένα ελληνικό ανεξάρτητο PR agency να κερδίζει έναν λογαριασμό διεθνούς βεληνεκούς. Η εξειδίκευσή μας στη διαχείριση πολυτελών brands καθιστά την εταιρεία μας ιδανική για την ανάδειξη της Hästens ως την απόλυτη σύγχρονη επένδυση ευεξίας. Η καμπάνια της Hästens που όλοι απολαύσαμε στις οθόνες μας μέσα από τη δημοφιλή σειρά Emily in Paris έρχεται στην Αθήνα με μήνυμα... Wake Up Athens!»

Στη Relevance η Κατερίνα Ασημακοπούλου



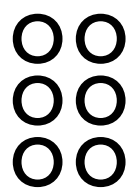
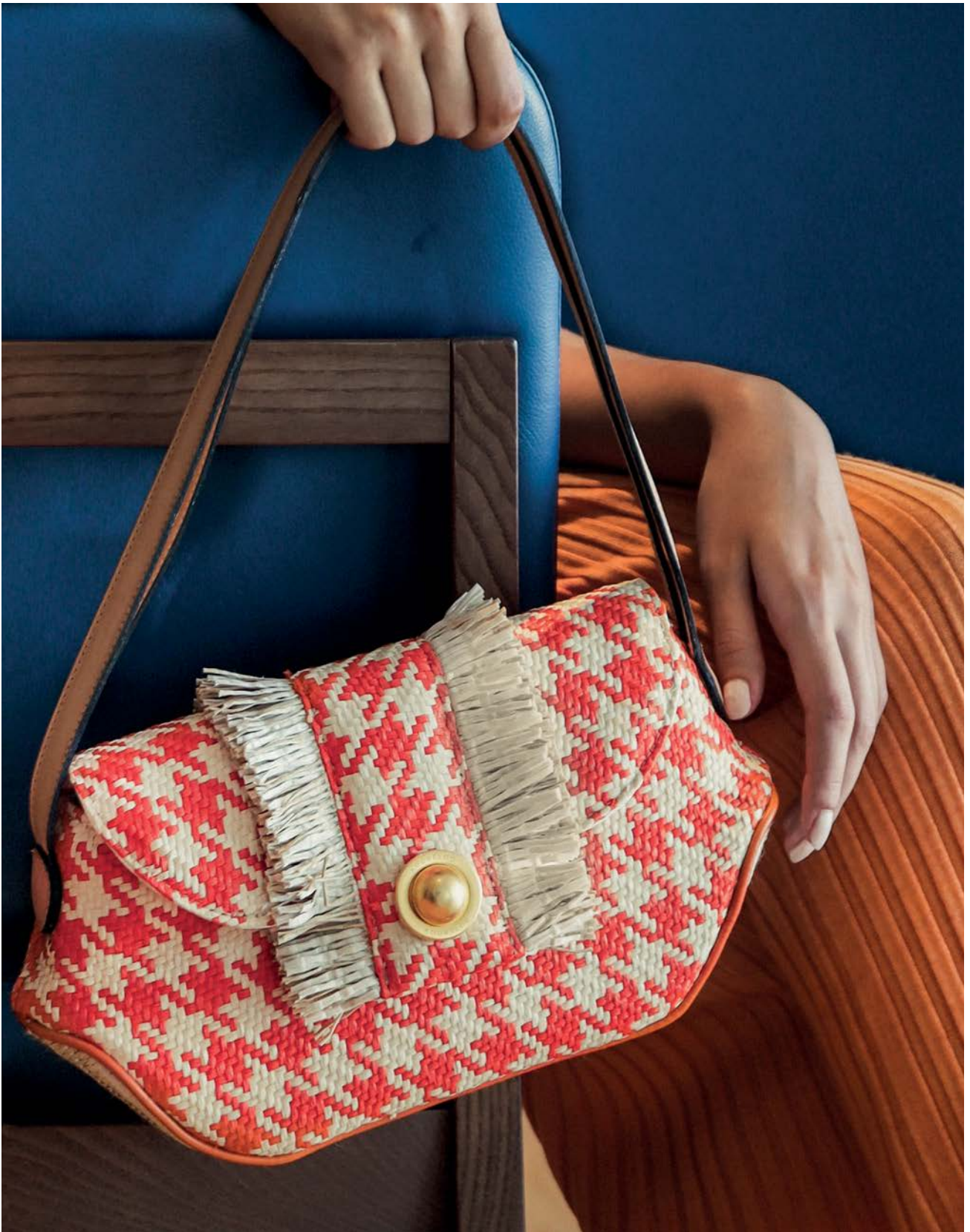
Ενισχύοντας την επένδυσή της στο optimized ad delivery και στη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας, η Relevance ανέθεσε στην Κατερίνα Ασημακοπούλου τη θέση της Programmatic Director. Αποτελώντας μία από τους δύο Έλληνες που έχουν αναγνωρισθεί ως Google Marketing Platform Certified Trainers και έχοντας ενεργό ρόλο στην ανάπτυξη του Programmatic Buying στην Ελλάδα, η τεχνογνωσία της Κατερίνας Ασημακοπούλου ενισχύει τη δέσμευση της Relevance να προσφέρει ακόμη πιο αποτελεσματικές καμπάνιες στους πελάτες της. Η Κατερίνα Ασημακοπούλου στην πορεία της έχει συνεργαστεί με εταιρείες, όπως η Tempo OMD και η Initiative, κατέχοντας τον ρόλο της Programmatic & PPC Supervisor και Senior Digital Manager αντίστοιχα.

Η Κατερίνα Γκόλφη στη Philosofish

Αναλαμβάνει Senior Brand Manager



Στην οικογένεια της Philosofish εντάσσεται η Κατερίνα Γκόλφη, αναλαμβάνοντας τη θέση της Senior Brand Manager. Σημειώνεται πως τα τελευταία επτά έτη, η ίδια εργαζόταν στη Rolco Vianil, με τελευταία τη θέση της Senior Brand Manager, ενώ στο παρελθόν, μεταξύ άλλων, έχει υπάρξει Product & Advertising Manager στη Ssangyong Motor Company.



KOORELOO

WWW.KOORELOO.COM | #KOORELOO

ΣΤΗΝ ΗΓΕΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ ΤΗΣ PITCH, ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ DIRECTOR Η ΕΛΛΗ ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ



Η Έλλη Παναγιωτοπούλου εντάσσεται στην ηγετική ομάδα της Pitch, αναλαμβάνοντας καθήκοντα Director. Διαθέτει πάνω από 20 χρόνια πείρας στην Επικοινωνία, έχοντας εργαστεί τόσο στην πλευρά του πελάτη όσο και σε αυτήν των agencies στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Έχει εργαστεί στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, όπου ασκούσε καθήκοντα Communications & Corporate Affairs Manager για 13 χρόνια, και την Polygreen, όπου είχε τη θέση της Communications & Corporate Affairs Director. Νωρίτερα είχε συνεργαστεί με την Ogilvy PR και την Ikon Porter Novelli ως Client Service Director, ενώ πριν από αυτό εργάστηκε στο Λονδίνο και στο Λουγκάνο της Ελβετίας.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΕΝΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗ



Η Ελένη Κωνσταντινίδη, CEO της Publicom Hill + Knowlton, αναδείχθηκε νικήτρια στην κατηγορία Media and Marketing Communications στα τρίτα Greek International Women Awards (GIWA), τα διεθνή βραβεία που αναγνωρίζουν και βραβεύουν διακεκριμένες Ελληνίδες από την Ελλάδα και το εξωτερικό για τα επιτεύγματα στον επαγγελματικό τους τομέα. Η Ελένη Κωνσταντινίδη δήλωσε: «Αισθάνομαι ιδιαίτερη χαρά και τιμή για τη βράβευσή μου από έναν τόσο σημαντικό και αναγνωρισμένο θεσμό όπως τα βραβεία GIWA, που εξαίρουν τα επιτεύγματα των Ελληνίδων παγκοσμίως. Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει σημαντικά βήματα για την ανάδειξη περισσότερων γυναικών σε ηγετικές θέσεις.»

Η ΖΗΝΑ Ι. ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ SALES MANAGER MASS MARKET ΣΤΗΝ BOLTON HELLAS



Η Ζήνα Ι. Παπανικολάου ανέλαβε καθήκοντα Sales Manager Mass Market στην Bolton Hellas, αναφερόμενη στον Γεώργιο Σ. Τσακαλάκη, Country Manager. Η Ζήνα Παπανικολάου έχει αναπτύξει σημαντική καριέρα σε πολυεθνικές εταιρείες σε θέσεις ευθύνης στον τομέα των Πωλήσεων, με έμφαση στο Κανάλι Διανομής του Οργανωμένου Λιανεμπορίου των Αλυσίδων Σούπερ Μάρκετ (Mass Market). Η Bolton Hellas διατηρεί ισχυρή παρουσία στο Κανάλι Ευρείας Διανομής, με εδραιωμένα και ισχυρά brands όπως Rio mare, Overlay, Omino Bianco, Merito, Fornet, WC Net, Neutro Roberts και Borotalco. Σημειώνεται πως η Bolton Hellas είναι από το 1976 μέλος του Bolton Group, ενός πολυεθνικού ομίλου που παράγει και εμπορεύεται διεθνώς επώνυμα καταναλωτικά προϊόντα υψηλής ποιότητας, έχοντας καταφέρει να δημιουργήσει ένα ευρύ προϊοντικό χαρτοφυλάκιο 50 αναγνωρίσιμων μαρκών.

Η AIM ΚΑΙ ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ MY MARKET ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΗΚΑΝ ΜΕ ΤΗ WOMEN ON TOP

Η AIM και τα καταστήματα My market συνεργάστηκαν με τον οργανισμό Women On Top στα προγράμματα Ready For Work και Mentoring. Η πρωτοβουλία της AIM και των My market, να στηρίξουν ένα από τα πιο δυνατά προγράμματα του οργανισμού Women On Top, έχει στόχο να βοηθήσει τις νεαρές γυναίκες που πραγματοποιούν τα πρώτα επαγγελματικά τους βήματα, να ξεπεράσουν τις ανισότητες και να καταφέρουν να πραγματοποιήσουν τα επαγγελματικά τους όνειρα, συνδυάζοντας γνώση και χαμόγελο, γεμάτες αισιοδοξία. "Φιλοξενώντας στα καταστήματά μας τη συνεργασία της AIM με τον οργανισμό Women on Top καταφέραμε να συμβάλλουμε και εμείς, στην υλοποίηση του προγράμματος #ReadyForWork. Στη METRO σήμερα εργάζονται περισσότερες από 7.200 γυναίκες κι εμείς στηρίζουμε με ενθουσιασμό ουσιαστικές πρωτοβουλίες, βλέποντας τα καταστήματά μας να γεμίζουν με λαμπερά χαμόγελα, γεμάτα αισιοδοξία και δυναμισμό από νέες γυναίκες που καταφέρνουν να επιτύχουν τους επαγγελματικούς τους στόχους", αναφέρει η Διευθύντρια Εταιρικών Σχέσεων, της Metro / My market, Σοφία

Τατά. READY FOR WORK Το πρόγραμμα επιμόρφωσης Ready for Work του οργανισμού WoT, που ξεκίνησε στις 24 Απριλίου και ολοκληρώθηκε στις 28 Απριλίου, έδωσε την ευκαιρία σε περίπου 30 νέες γυναίκες να λάβουν μέρος δωρεάν σε 10 ολοκληρωμένα και πρακτικά διαδραστικά εργαστήρια επαγγελματικής ανάπτυξης. Σκοπός του προγράμματος, να αποκτήσουν τα απαραίτητα εφόδια για να διεκδικήσουν με χαμόγελο και αυτοπεποίθηση την επαγγελματική θέση που επιθυμούν. Μετά το τέλος των εργαστηρίων, οι συμμετέχουσες είχαν την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με τις μέντορες του δικτύου του Women On Top, γυναίκες που διαθέτουν επαγγελματική εμπειρία στο χώρο που τις ενδιαφέρει, και να κάνουν μαζί τους μια τριμήνη συνεργασία mentoring. Στο πλαίσιο της υψηλής ανταπόκρισης στο πρόγραμμα που ήδη διεξήχθη, θα ενταχθούν 25 επιπλέον υποτροφίες Mentoring, οι οποίες θα ξεκινήσουν σύντομα.



Ο ΚΛΑΔΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ L'ORÉAL HELLAS (L'ORÉAL PROFESSIONAL PRODUCTS) ΣΤΗΡΙΞΕ ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΟΜΜΩΤΗΡΙΟ



Τον περασμένο μήνα, το Κοινωνικό Κομμωτήριο του Δήμου Αθηναίων έγινε υπαίθριο σε μια ανοιχτή γιορτή στο Θησείο, που διοργάνωσε το Κέντρο Υποδοχής και Αλληλεγγύης Δήμου Αθηναίων. Τη δράση υποστήριξε ο Κλάδος Επαγγελματικών Προϊόντων L'Oréal Hellas (L'Oréal Professional Products), μαζί με περισσότερους από 20 εθελοντές κομμωτές που φρόντισαν άστεγους και άπορους ανθρώπους. «Είμαστε εξαιρετικά υπερήφανοι που το πρώτο Κοινωνικό Κομμωτήριο της χώρας μας, στο οποίο συμβάλλουμε με τη χορηγία μας, συμπληρώνει ήδη δύο χρόνια επιτυχημένης λειτουργίας και προσφοράς», αναφέρει η Μαρία Κοράλη, γενική διευθύντρια L'Oréal Professional Products.

ΣΤΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΜΕΝ, ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑΣ ΔΕ



Ανακοινώθηκαν πρόσφατα τα αποτελέσματα από την Ελλάδα του 2ου κύματος της παγκόσμιας έρευνας «Global DEI Census» για θέματα διαφορετικότητας και ισότητας ένταξης στον κλάδο του Marketing και της Επικοινωνίας. Η έρευνα, που πραγματοποιήθηκε τον Μάρτιο και Απρίλιο 2023 από την WFA και την Kantar, έτρεξε και στην Ελλάδα μέσω του ΣΔΕ, που ασχολείται με τα θέματα κατάργησης των στερεοτύπων, αποδοχής της διαφορετικότητας, ισότητας ένταξης και προσβασιμότητας στην επικοινωνία και τις εταιρείες του κλάδου από το 2018. Όπως σχολίασε η Νερίνα Κομιώτη, γενική διευθύντρια του ΣΔΕ, «δυστυχώς, δεν μας εντυπωσίασαν τα ευρήματα και η διαπίστωση ότι δεν υπήρξε ουσιαστική πρόοδος αυτά τα δύο χρόνια».

ΔΡΑΣΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΜΜΗΝΟΠΑΥΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΒMS ΕΛΛΑΔΑΣ



Μια ακόμη πρωτοβουλία έμπρακτης υποστήριξης και ενδυνάμωσης του γυναικείου προσωπικού της, και όχι μόνο, ανέλαβε η Bristol Myers Squibb (BMS) Ελλάδας τη Δευτέρα 23 Οκτωβρίου, διοργανώνοντας εσωτερική ενημερωτική εκδήλωση με θέμα την εμμηνόπαυση. Στόχος της ενέργειας ήταν η ενημέρωση των εργαζομένων, γυναικών και ανδρών, για αυτήν τη φυσιολογική βιολογική διαδικασία η οποία όμως, εξακολουθεί ακόμη και σήμερα να περιβάλλεται από προκαταλήψεις. Η εκδήλωση διοργανώθηκε με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Εμμηνόπαυσης από την Ομάδα Εργαζομένων B-Now Greece, μέλος του παγκόσμιου Δικτύου Γυναικών της Bristol Myers Squibb B-Now.

ICAP CRIF: ΤΟ 25,9% ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΔΙΟΙΚΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΓΥΝΑΙΚΕΣ

Διευρύνεται, διαχρονικά, η συμμετοχή των γυναικών σε υψηλόβαθμες θέσεις διοίκησης των ελληνικών επιχειρήσεων, υποδηλώνοντας την αυξανόμενη αποδοχή τους στην "κορυφή" της ιεραρχίας. Αυτό αναφέρει μεταξύ άλλων η 12η πρωτογενής έρευνα για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα που διεξήγαγε η ICAP CRIF, στο πλαίσιο της επιχειρηματικής έκδοσης «Leading Woman in Business». Ειδικότερα, το 2023 επί συνόλου 51.140 επιχειρήσεων οι 13.236 εταιρείες διοικούνται από γυναίκες - ανώτατα στελέχη, καταλαμβάνοντας ποσοστό 25,9% του δείγματος. Το μερίδιο αυτό είναι οριακά αυξημένο συγκριτικά με την αντίστοιχη περσινή μελέτη (25,5%), ωστόσο αξίζει να αναφερθεί ότι έχει ενισχυθεί κατά 6,3 ποσοστιαίες μονάδες την τελευταία οκταετία. Όπως αναφέρει μεταξύ άλλων ο Νικήτας Κωνσταντέλλος, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου ICAP CRIF, η γυναικεία παρουσία στο "τιμόνι" των επιχειρήσεων εντοπίζεται κυρίως σε εταιρείες μικρότερου μεγέθους. Συγκεκριμένα, από το σύνολο των εταιρειών που διοικούνται από γυναίκες το υψηλότερο ποσοστό συμμετοχής παρουσιάζεται στις επιχειρήσεις με ετήσιο

κύκλο εργασιών μικρότερο από 2 εκατ. ευρώ (27,4%) και με αριθμό απασχολούμενου προσωπικού μικρότερο των 10 ατόμων (27,1%). Στις μεγάλες επιχειρήσεις (με κύκλο εργασιών >€50 εκατ.) το αντίστοιχο μερίδιο περιορίζεται σε 14,5%, ποσοστό ωστόσο αυξημένο κατά 1,5 ποσοστιαία μονάδα σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή μελέτη.



Καλύτερες επιδόσεις οι επιχειρήσεις με γυναίκες επικεφαλής
Να σημειωθεί εδώ ότι οι εταιρείες με γυναίκες επικεφαλής παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις κερδοφορίας σε σύγκριση με το σύνολο των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, το 2021 πέτυχαν περιθώριο μικτού κέρδους 31,1% έναντι αντίστοιχου δείκτη 25,2% του συνόλου των εταιρειών και περιθώριο καθαρού κέρδους 8,0% έναντι 7,1% για το σύνολο των επιχειρήσεων.

about time to learn everything about the net

Με **23** χρόνια εμπειρίας,
είμαστε από τους καλύτερους για να σας οδηγήσουμε
στον κόσμο του διαδικτύου.

1800+ πελάτες

35+ βραβεία

www.aboutnet.gr



DIGITAL MARKETING | WEB DESIGN | WEB DEVELOPMENT

REBELS

κρίετιβ ρέ*

του δημιουργικού πνεύμα

διακατ

Μάριαμ Σάντρι

MARKETING DIRECTOR PRAKTIKER HELLAS

Η Praktiker Hellas, το No. 1 Δίκτυο Home Improvement & DIY στην Ελλάδα, έχει τη Μάριαμ Σάντρι τα τελευταία δύο χρόνια στη Διοικητική της Ομάδα και στη θέση της Marketing Director. Όταν ανέλαβε τον Ιούλιο του 2021 τη νέα της θέση, βασικός στόχος της ήταν να συμβάλει ενεργά στον μετασχηματισμό της εταιρείας σε ένα σύγχρονο brand, με επίκεντρο τον άνθρωπο και το σπίτι του. Φαίνεται ότι το πέτυχε. Με καινοτομίες, τόλμη αλλά και χιούμορ. Δύσκολος συνδυασμός, όχι όμως για την Praktiker Hellas και τη Μάριαμ Σάντρι και την ομάδα της.

Ποιες συγκεκριμένες προκλήσεις αντιμετωπίζετε ως διευθύντρια μάρκετινγκ στον τομέα του Home Improvement και πώς τις ξεπερνάτε;

Η Praktiker τα τελευταία χρόνια έχει μπει σε μια τροχιά εκσυγχρονισμού αρκετά απαιτητική, ωστόσο με πολλαπλά οφέλη για τον άνθρωπο και την κοινωνία. Πήραμε από νωρίς την απόφαση ολικού μετασχηματισμού της δραστηριότητάς μας προκειμένου να ευθυγραμμιστούμε με το σήμερα αλλά και να δείξουμε το δρόμο για το αύριο. Ένα αύριο που το οραματιζόμαστε βιώσιμο και συμπεριληπτικό.

Ο μετασχηματισμός της Praktiker αποτελεί μια εξαιρετική πρόκληση, όσο και εκπληκτικό ταξίδι για έναν Marketeer. Πρόκληση γιατί στον δρόμο για τη μεγάλη αλλαγή συναντά κανείς και μεγάλα εμπόδια, ταυτόχρονα όμως είναι και ένα ταξίδι γνώσεων, δημιουργικότητας & εμπειριών. Ο τομέας του Home Improvement τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί με ταχύτατους ρυθμούς στο λιανεμπόριο. Ωστόσο, ο συνδυασμός οικονομικής ύφεσης και πληθωρισμού έχει επηρεάσει πολύ την ψυχολογία των καταναλωτών. Η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματός τους, σε συνδυασμό με την αγωνία που βιώνουν, ωθούν τους καταναλωτές σε μια διαδικασία έρευνας και επαναξιολόγησης των επιλογών τους. Από τη δική μας πλευρά φροντίζουμε μέσα από



“Δεν υπάρχει καλύτερη έμπρακτη απόδειξη του Home Improvement, του core business των Praktiker, από ένα ουσιαστικό πρόγραμμα συμπερίληψης και προσβασιμότητας όπως το «Σπίτι Ανοιχτό»”



διαρκείς έρευνες, προϊόντικές επιλογές, βελτιστοποιήσεις διαδικασιών, συνεχή εκπαίδευση των πωλητών μας, επενδύσεις σε συστήματα και βελτίωση της εμπειρίας των αγοραστικών ταξιδιών να προσφέρουμε, τις προτάσεις, τις υπηρεσίες, τις προσφορές αλλά και τους τρόπους πληρωμής που χρειάζεται το σπίτι των καταναλωτών μας.

Ισχυρός καταλύτης στο ταξίδι του μετασχηματισμού αποτελεί και η επικοινωνιακή στρατηγική της μάρκας, η οποία πατώντας εύστοχα πάνω στην επικαιρότητα έχει καταφέρει να ξεχωρίσει με τις καμπάνιες της και το χιούμορ της. Άλλωστε **το χιούμορ & το γέλιο είναι ένας τρόπος για να αντιμετωπίζεις τις δύσκολες στιγμές. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν** τόσο η καμπάνια της περσινής Black Friday, με τον αθλητικό της παλμό και σλόγκαν «Αυτό είναι σωστό» όσο και η προεκλογική καμπάνια κήπου «Urban Κίρος Δαγκωτό», οι οποίες ξεχώρισαν το brand μας με τα εύστοχα μηνύματά τους.

Και όλα αυτά **με βιώσιμο και συμπεριληπτικό τρόπο**. Η Praktiker σχεδιάζει στρατηγικά το αύριο, εφαρμόζοντας το αποκλειστικό σχέδιο μιας επιχειρηματικότητας που σέβεται και ενισχύει θετικά την Κοινωνία και το Περιβάλλον. Πρόσφατα λανσάραμε το νέο μας Πρόγραμμα Συμπερίληψης και Προσβασιμότητας «Σπίτι Ανοιχτό» το οποίο περιλαμβάνει μια πλούσια προϊόντική σειρά που απευθύνεται σε άτομα 3ης ηλικίας και ΑμεΑ, δομικές αλλαγές εντός κι εκτός των καταστημάτων μας για τη διασφάλιση της προσβασιμότητας, εκσυγχρονισμό του site καθώς και παροχή πολλών άλλων καινοτόμων υπηρεσιών που βελτιώνουν την καθημερινότητα όλων.

Κάθε πρόκληση αντιμετωπίζεται με φαντασία και όραμα, με σκληρή δουλειά και προηγμένη τεχνογνωσία αλλά και με αίσθημα ευθύνης απέναντι στους ανθρώπους που μας εμπιστεύονται.

Θα μπορούσατε να μας πείτε περισσότερα για το πρόγραμμα 'Σπίτι Ανοιχτό'; Τί είναι αυτό που σας κάνει περήφανους και ποια τα σχέδια για την περαιτέρω ανάπτυξή του;

Για την Praktiker το σπίτι είναι οι άνθρωποι, όλοι οι άνθρωποι. Γι' αυτό η εταιρεία δημιούργησε το πρόγραμμα συμπερίληψης

και προσβασιμότητας "Σπίτι Ανοιχτό", αναβαθμίζοντας τις δομές της και τις υπηρεσίες της για μια καλύτερη εμπειρία εξυπηρέτησης σε εμποδιζόμενα άτομα και άτομα με αναπηρία. Συγχρόνως προσφέρουμε προϊόντικές λύσεις που κάνουν την καθημερινότητά τους στο σπίτι πιο εύκολη εκπαιδώντας το προσωπικό μας πάνω στους νευραλγικούς αυτούς τομείς.

Στην Praktiker σχεδιάζουμε με τα ανάπηρα άτομα για τα ανάπηρα άτομα. Συνεργαζόμαστε στενά μαζί τους μέσα από ένα πρόγραμμα που εκφράζει και απαντά ακριβώς στις ανάγκες τους, συμπράττοντας με την ΑΜΚΕ "Με Άλλα Μάτια", την Εταιρία Προστασίας Σπαστικών "Πόρτα Ανοιχτή" και το Πρακτορείο Διερμηνέων Νοηματικών Γλωσσών Hands Up. Στο πλαίσιο αυτό αναμορφώνουμε τα καταστήματά μας με γνώμονα την προσβασιμότητα για όλους: Ευρύχωροι διάδρομοι και ράμπες, ειδικές σημάσεις, οπτικά και ηχητικά ερεθίσματα, W.C ΑμεΑ, ειδικές θέσεις parking σε όλα τα καταστήματα και ό,τι άλλο απαιτείται για την εφαρμογή της φιλοσοφίας συμπερίληψης και προσβασιμότητας στην πράξη. Σε συνεργασία με βραβευμένο αρχιτεκτονικό γραφείο έχει δημιουργηθεί μάλιστα ένας οδικός χάρτης για επεμβάσεις σε όλα μας τα καταστήματα. **Ήδη το 40% των καταστημάτων μας είναι προσβάσιμο και μέχρι το τέλος της χρονιάς θα είναι το 60%.**

Πρωταγωνιστικό ρόλο στην ανάπτυξη του προγράμματος παίζει η εκπαίδευση. Η εκπαίδευση της ομάδας της Praktiker πανελλαδικά είναι ένα από τα πιο σπουδαία βήματα για την εφαρμογή του προγράμματος "Σπίτι Ανοιχτό". Σήμερα **το 100% του προσωπικού Praktiker -περίπου 1.400 άτομα- έχει εκπαιδευτεί με βιωματικό τρόπο.** Η κατάρτιση περιλαμβάνει τη συμπεριφορά των εργαζομένων προς ΑμεΑ, όπως και πιο τεχνικές λεπτομέρειες πλοήγησης και επικοινωνίας, εξυπηρέτησης αναγκών και πρότασης προϊόντων ΑμεΑ.

Σε ό,τι αφορά στις προτάσεις προϊόντων η Praktiker διαθέτει προϊόντα που είναι σχεδιασμένα για εμποδιζόμενα άτομα και ΑμεΑ όπως π.χ. βοηθητικές λαβές στήριξης για το μπάνιο, ανακλινόμενους καθρέπτες, μπαταρίες νιπτήρα με εύκολη λαβή, βοηθητικά μαξιλάρια και πολλά ακόμη. Παράλληλα, διαθέτουμε και προϊόντα τεχνολογίας που μέσα από το



software τους προσφέρουν λειτουργίες υποστηρικτικές για ΑμεΑ όπως Smart Συσκευές (απομακρυσμένη διαχείριση) και τηλεοράσεις (με φωνητική αναγνώριση ρυθμίσεων, μετατροπή ηχητικής πληροφορίας σε οπτική). Κάτι επίσης σημαντικό, είναι πως αναπτύσσουμε υπηρεσίες, όπως αυτή της Μελέτης Μπάνιου για ΑμεΑ και ανθρώπους 3ης ηλικίας, ώστε οι ίδιοι ή τα πρόσωπα φροντίδας τους, να προσαρμόσουν το μπάνιο στα μέτρα των εμποδιζόμενων ατόμων με σκοπό την πιο λειτουργική χρήση του. Η βελτίωση της καθημερινότητας, η εργονομία και η αναβάθμιση της αγοραστικής εμπειρίας αποτελούν πρωταρχικό μέλημά μας, δημιουργώντας τις βάσεις για ένα καλύτερο, βιώσιμο και συμπεριληπτικό μέλλον για όλους.

Τέλος, με τη βοήθεια της τεχνολογίας η επικοινωνία μας είναι προσβάσιμη και συμπεριληπτική. Το site μας υποστηρίζεται από μενού προσβασιμότητας, ενώ είμαστε ο πρώτος retailer που στο 100% των καταστημάτων σε συνεργασία με το πιστοποιημένο Πρακτορείο Διερμνέων Νοηματικών Γλωσσών Hands Up, δίνουμε τη δυνατότητα εξυπηρέτησης με διερμνεία στην ελληνική γλώσσα για τα άτομα με ακουστική βλάβη. Όλα τα corporate τηλεοπτικά μας μηνύματα συνοδεύονται από υπότιτλους, ενώ παράλληλα «τρέχουμε» digital καμπάνιες που ευαισθητοποιούν, εκπαιδεύουν και προτείνουν προϊόντα για ΑμεΑ.

Το πρόγραμμα συνεχώς εμπλουτίζεται και μεγαλώνει, με σταθμό αυτήν την περίοδο τον Αρχιτεκτονικό Διαγωνισμό “Σπίτι Ανοιχτό – The Challenge”. Ο καινοτόμος αυτός διαγωνισμός απευθύνεται σε νέους αρχιτέκτονες, πολιτικούς μηχανικούς ή interior designers, οι οποίοι καλούνται να επανασχεδιάσουν ένα αστικό AirBnB διαμέρισμα, εφαρμόζοντας λύσεις και προτάσεις προκειμένου αυτό να γίνει φιλικότερο και προσβάσιμο σε ΑμεΑ, άτομα τρίτης ηλικίας και εμποδιζόμενα άτομα. Το ζητούμενο όμως είναι να καλύπτει εξίσου και τις ανάγκες όλων των πιθανών του ενοίκων, σε οποιαδήποτε ηλικιακή ομάδα και αν ανήκουν, είτε έχουν κάποια κινητική, οπτική, ακουστική βλάβη, είτε όχι. Πρόκειται για έναν διαγωνισμό που διοργανώνεται για πρώτη φορά στην Ελλάδα, από εταιρεία στον κλάδο του retail.

Όραμα της εταιρείας εξάλλου είναι να ευαισθητοποιήσει τους ανθρώπους από όλο τον κλάδο του Home Improvement & DIY αλλά και ευρύτερα το retail, για μια κοινωνία πιο προσβάσιμη και συμπεριληπτική. Ευελπιστούμε να επηρεάσουμε θετικά όλο μας το οικοσύστημα, από τους εργαζομένους μας και τους συνεργάτες μας, έως τους πελάτες μας και τους φορείς με τους οποίους συνεργαζόμαστε, αλλά και όλους όσους διαβάζουν τα νέα μας, όχι μόνο στα όρια του κλάδου του λιανεμπορίου αλλά και ευρύτερα πανελλαδικά.

Γιατί δεν υπάρχει καλύτερη έμπρακτη απόδειξη του Home Improvement, του core business των Praktiker, από ένα ουσιαστικό πρόγραμμα συμπερίληψης και προσβασιμότητας όπως το “Σπίτι Ανοιχτό”.

Θα μπορούσατε να μοιραστείτε ένα παράδειγμα μιας επιτυχημένης καμπάνιας ή πρωτοβουλίας ψηφιακού μάρκετινγκ της οποίας γηθήκατε στην Praktiker Hellas;

Η ομάδα μας βρίσκεται συνεχώς σε δημιουργική εγρήγορση, για αυτό θα δείτε ότι η Praktiker έχει να δείξει πληθώρα καινοτόμων προγραμμάτων και επιτυχημένων καμπανιών, για τα οποία μάλιστα έχει αποσπάσει πολλαπλές βραβεύσεις. Παράδειγμα μιας επιτυχημένης καμπάνιας με ιδιαίτερες digital υλοποιήσεις, είναι αυτό της «Urban Kipos, ΔΑΓΚΩΤΟ». Το Πρόγραμμα Urban Kipos που λανσαρίστηκε το 2022 αφορά ουσιαστικά το repositioning της κατηγορίας του κήπου, που ανέδειξε τις ολοκληρωμένες λύσεις, την καινοτομία και έμπνευση της Praktiker για τον κήπο, τη βεράντα, την ταράτσα. Μέσα από μια πλούσια προϊοντική γκάμα, βιώσιμων επιλογών, ξεχωριστά concepts που λύνουν τα χέρια αλλά και την υπηρεσία Kipos Experts, προσφέρουμε σε όλους τη δυνατότητα να αναβαθμίσουν τους εξωτερικούς τους χώρους και να ζήσουν καλύτερα έξω... στο σπίτι τους! Φέτος, η καμπάνια Urban Kipos Praktiker συνέπιπτε χρονικά με την προεκλογική περίοδο.

Σε ένα άκρως προεκλογικό περιβάλλον, με συνδυασμούς, debate, ψήφους, και πολιτικά σλόγκαν εμείς βρήκαμε την έμπνευσή μας στα συνθήματα που διαχρονικά συνοδεύουν

τις πολιτικές καμπάνιες και κατεβάσαμε με χιούμορ τη δική μας υποψηφιότητα!

ΤΟ ΜΠΑΛΚΟΝΙ ΔΕΝ ΞΕΧΝΑ ΤΙ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΨΗΣΤΑΡΙΑ! ΥΠΑΡΧΕΙ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΒΕΡΑΝΤΑ, ΚΑΙ ΤΗ ΘΕΛΟΥΜΕ! ΤΟ ΣΑΛΟΝΙ ΕΙΝΑΙ ΕΔΩ, ΕΝΩΜΕΝΟ ΔΥΝΑΤΟ! ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ.. ΑΡΩΜΑΤΙΚΑ! ΦΥΤΑ ΥΠΑΡΧΟΥΝ! ΜΑΖΙ ΣΟΥ ΑΖΑΛΕΑ ΓΙΑ ΜΙΑ ΤΑΡΑΤΣΑ ΝΕΑ... είναι μερικά εμβληματικά συνθήματα μεγάλων κομματικών παρατάξεων που διασκευάστηκαν από εμάς με χιούμορ και φαντασία για να αντιπροσωπεύσουν την υποψηφιότητα Urban Kipos!

Η προεκλογική μας καμπάνια βρέθηκε και σε προεκλογικά τηλεοπτικά πάνελ για να ζητήσουμε «κήπο εμπιστοσύνης» από όλους τους ψηφοφόρους! Παράλληλα, μια ειδική διαμορφωμένη landing page λειτούργησε ως κόμβος πληροφοριών για ολόκληρη την εκστρατεία μας, περιέχοντας τις κύριες κατηγορίες μας με βάση τους διαφορετικούς τρόπους με τους οποίους μπορεί κανείς να μετατρέψει τον εξωτερικό του χώρο σε κήπο. Επίσης, περιείχε ιδέες με τη μορφή χρήσιμων συμβουλών που αναδεικνύουν την αλληλεπίδραση μεταξύ του περιβάλλοντος και της καθημερινής μας ζωής, καθώς και μια πρόσθετη σελίδα για την περιβαλλοντική μας υπόσχεση. Επιπρόσθετα, αναπτύχθηκε ηλεκτρονικό ψηφοδέλτιο με υποψήφιους τους πρωταγωνιστές των κήπων αλλά και collections που υποστήριζαν τους Kipos υποψηφίους! Η καμπάνια είχε μεγάλη ανταπόκριση σε social media, σχολιάστηκε θετικά, μπήκε στο Lubein, έφτασε με viber, youtube & ψηφιακό κατάλογο σε όλους μας τους πελάτες και κέρδισε... κήπο εμπιστοσύνης!

Ωστόσο η καμπάνια Urban Kipos, φέτος όπως και κάθε χρονιά, είναι για εμάς κάτι πολύ περισσότερο από μια δημιουργική καμπάνια για την ενίσχυση των πωλήσεών μας. Με όραμα τις πιο πράσινες πόλεις και έχοντας δώσει μια περιβαλλοντική υπόσχεση στα πλαίσια του περιβαλλοντικού μας προγράμματος «Το Σπίτι μας Αλλάζει την Πόλη», το **Urban Kipos αναδεικνύει την αξία και την ομορφιά των αστικών κήπων παρέχοντας έμπνευση και λύσεις για πιο πράσινα σπίτια.**

Αποτελεί στην πραγματικότητα ένα πρόγραμμα βιωσιμότητας, μέσα από το οποίο δίνουμε σε όλους τα εργαλεία για να φέρουν τη φύση στο σπίτι τους, ενώ παράλληλα επενδύουμε στη γνώση και στην καλλιέργεια οικολογικής συνείδησης μέσω ειδικών ερευνών για το αστικό πράσινο, σε συνεργασία με εξειδικευμένους συνεργάτες. Επιπλέον, εδώ και δύο χρόνια έχουμε θεσμοθετήσει τον **δημιουργικό digital διαγωνισμό «Urban Kipos Awards», με στόχο να παρέχουμε περισσότερα κίνητρα για την ενασχόληση με την κηπουρική.** Οι συμμετέχοντες ενθαρρύνονται να δημιουργήσουν έναν όμορφο εξωτερικό χώρο στην αυλή, το μπαλκόνι ή την ταρατσα τους με τις καλύτερες υλοποιήσεις να βραβεύονται με πλούσια δώρα Urban Kipos.

Ποιες αναδυόμενες τάσεις ή τεχνολογίες πιστεύετε ότι θα έχουν τον μεγαλύτερο αντίκτυπο στο τοπίο μάρκετινγκ του κλάδου Home Improvement στο εγγύς μέλλον και πώς προετοιμάζεται η Praktiker Hellas για αυτές;

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός που βιώνει η εταιρεία τα τελευταία χρόνια έχει θέσει παράλληλα στο μικροσκόπιο και τη μεταβαλλόμενη συμπεριφορά των καταναλωτών, οι οποίοι βρίσκουν μεγαλύτερη αξία σε νέες, αναδυόμενες τεχνολογίες για την εξυπηρέτηση των καθημερινών



τους αναγκών. Οι εξελίξεις στο AI, η επαυξημένη πραγματικότητα (VR, AR) καθώς επίσης και οι τεχνολογίες προσωποποιημένης εξυπηρέτησης αποτελούν τομείς που θα μας απασχολήσουν έντονα το επόμενο χρονικό διάστημα. Η τεχνητή νοημοσύνη έχει γίνει πλέον συνοδοιπόρος στη δημιουργικότητα και αποτελεί ένα νέο εργαλείο για εμάς κατά τη δημιουργική διαδικασία. Ήδη από τον Οκτώβριο του 2022 δημιουργήσαμε το πρώτο εξώφυλλο προϊόντικού έντυπου καταλόγου με τη βοήθεια της τεχνητής νοημοσύνης (Midjourney) ενώ διερευνάμε τρόπους εμπλουτισμού της προϊόντικής πληροφορίας στο praktiker.gr μέσω νευρωνικών δικτύων για να ενισχύσουμε την ταχύτητα και πρωτοτυπία των καινοτομιών που αναπτύσσουμε. Επιπλέον, μέσω του Virtual Reality Experience δίνουμε τη δυνατότητα στον πελάτη μας με τη χρήση γυαλιών VR να περιηγηθεί στο χώρο του και να δει τον σχεδιασμό του σπιτιού ή και του κήπου που του προτείνει η ομάδα των Interior & Kipos Experts. Παράλληλα, σε πάνω από 3.000 κωδικούς τόσο στο κατάστημα όσο και online, ο ενδιαφερόμενος καταναλωτής με τη βοήθεια της AR τεχνολογίας μπορεί να δει το προϊόν στον χώρο του μέσω τρισδιάστατης απεικόνισης. Τέλος, σε έναν ασταθή κόσμο οι άνθρωποι αναζητούν μέρη όπου αισθάνονται ότι ανήκουν και επιβραβεύονται για τις επιλογές τους. Η επόμενη ημέρα του σχήματος πιστότητας της Praktiker όπως και η προσωποποιημένη εξυπηρέτηση στα διαφορετικά σημεία διάδρασης του πελάτη μας με την εταιρεία αποτελεί μια ακόμη πρόκληση για εμάς. Η σύνθεση της μοναδικής εικόνας του πελάτη σε CRM πλατφόρμα, η εις βάθος κατανόηση της συμπεριφοράς του μέσω εργαλείων ανάλυσης δεδομένων και η υλοποίηση στοχευμένων και προσωποποιημένων αγοραστικών ταξιδιών σε συστήματα διαχείρισης επικοινωνιών διαφορετικών καναλιών (e-mail, push, Viber/SMS, paid advertising) θα μας βοηθήσουν στο εγγύς μέλλον να ανταποκριθούμε επιτυχώς στον ολοένα και πιο απαιτητικό πελάτη του σύγχρονου retail.



Native Union fast Gan Charger PD 35W

Η ισχύς συναντά το style.
Η μικρή και συμπαγής αυτή
συσκευή προσφέρει εγγυημένη
απόδοση, αγγίζοντας το 50%
της συνολικής φόρτισης σε
μόλις 30 λεπτά.



Native Union Stow Organizer Pouch with Fabric

Πού πάνε όλα τα καλώδια
και τα μικρο-gadgets όταν
ταξιδεύουμε ή πάμε
σε σημαντικά meetings;
Μα φυσικά μέσα στο πολύ
δημοφιλές Stow Organizer!



Scan here

Native Union Belt Cable Duo 2in1

Το απόλυτο καλώδιο φόρτισης.
Πρόκειται για ένα άκρως
απαραίτητο gadget
για κάθε lifestyle καθώς
είναι κατασκευασμένο
με τα υψηλότερα στάνταρ
ανθεκτικότητας,
ενώ διαθέτει lifetime warranty
και είναι MFi certified.



Δάφνη Μπεχισή

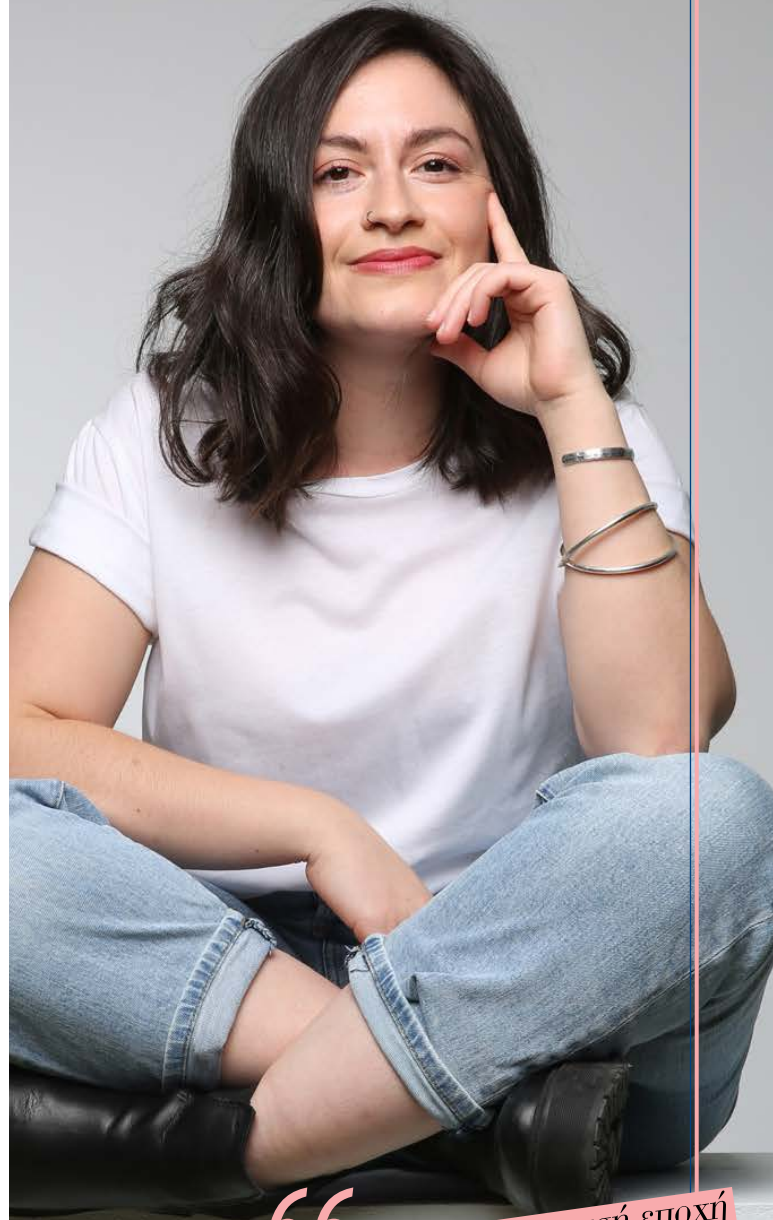
FOUNDER & MANAGING DIRECTOR @ CINOBO

ΣΤΟΝ ΧΡΗΣΤΟ ΚΟΤΣΑΚΑ

Η Δάφνη Μπεχισή, Founder & Managing Director της Cinobo, της streaming πλατφόρμας που παίρνει την ονομασία της από τη φράση «cinema no borders», μιλάει στο Women in Digital για τα πρώτα βήματα της υπηρεσίας, το σημείο στο οποίο βρίσκεται σήμερα αλλά και το μέλλον, τονίζοντας πως στόχος είναι «να προωθήσουμε την ποικιλομορφία στην αφήγηση και να την κάνουμε προσβάσιμη σε όλους». Όσον αφορά στο θέμα «γυναίκα και εργασία», υποστηρίζει πως «είναι -όπως έχουν πει- "σιωπηλή επανάσταση" που έρχεται από μακριά, διαρκεί πολύ και έχει μέλλον μπροστά της».

Πώς ξεκίνησε η ιδέα του Cinobo; Τι προσφέρει και σε τι σημείο έχει φτάσει, αυτή τη στιγμή, η ανάπτυξη της πλατφόρμας - όσον αφορά σε αριθμό συνδρομητών, ταινιών που φιλοξενεί κτλ.;

Το Cinobo ξεκίνησε να μελετάται σαν ιδέα όσο ήμουν στη Σκωτία και πρωτοάνοιξε λίγο καιρό μετά, με έδρα στα Εξάρχεια, πριν 3,5 χρόνια. Στόχος του είναι να γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ ποιότητας και ποσότητας στον χώρο του streaming και να προσφέρει μια ολοκληρωμένη λύση για τους λάτρεις του σινεμά. Ξεκινήσαμε με αποστολή να κάνουμε προσβάσιμο το καλό σινεμά σε όλους, κάτι που ως τότε δεν συνέβαινε, καθώς η πλειονότητα των μη σπουδαστικών ταινιών σπάνια φτάνει στον Έλληνα θεατή, ή προβάλλονται για μια εβδομάδα σε 1-2 αίθουσες. Έπειτα από τον θάνατο του dvd, πλέον οι ταινίες εξαφανίζονται για πάντα. Ενώ ζούμε, λοιπόν, στη χρυσή εποχή παραγωγής περιεχομένου, οι λάτρεις του σινεμά ακόμα δεν μπορούν να βρουν συγκεντρωμένο το περιεχόμενο που αναζητούν. Όσον αφορά στην ανάπτυξή μας, το Cinobo έχει πια αποκτήσει μια ισχυρή, αφοσιωμένη κοινότητα. Από την πρώτη μας ημέρα μετράμε πάνω από 4 εκατομμύρια ώρες streaming και περισσότερα από 110.000 downloads των εφαρμογών Cinobo. Οι συνδρομητές μας βλέπουν το περιεχόμενό μας από 800 διαφορετικές περιοχές σε όλη την Ελλάδα. Ο αρχικός κατάλογος ήταν 300 ταινίες και πλέον είναι κοντά στις 1.000. Ήμασταν μια ομάδα δύο ατόμων και τώρα έχουμε φτάσει στα 19 και πάνω απ' όλα έχουμε τη χαρά



“Βρισκόμαστε στη χρυσή εποχή της παραγωγής περιεχομένου”

και την τιμή να είμαστε για πολλούς συνώνυμο του ποιοτικού κινηματογράφου στην Ελλάδα.

Ο ανταγωνισμός στο streaming είναι, πλέον, πολύ μεγάλος. Ποια θα λέγατε πως είναι τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του Cinobo; Γιατί κάποιος να το επιλέξει, σε μια εποχή που δημιουργούμε ολοένα και περισσότερες συνδρομές σε υπηρεσίες;

Το Cinobo διαφέρει από άλλες πλατφόρμες ως προς τη φιλοσοφία και το όραμα, καθώς και το περιεχόμενο που προσφέρει και τον τρόπο που το παρουσιάζει. Η διαφορά μας, δηλαδή, είναι αυτό που εμείς ονομάζουμε curation. Η ομάδα των curators δεν είναι αλγόριθμος που προτείνει αυτοματοποιημένα ό,τι βλέπουν οι πολλοί, αλλά φροντίζει διαρκώς να ανακαλύπτει κάτι μοναδικό. Φροντίζει να κάνει προσβάσιμα τα καλύτερα του ανεξάρτητου κινηματογράφου, ένα κενό που έως σήμερα δεν καλύπτεται από άλλες πλατφόρμες και ούτε θα καλυφθεί από τους γίγαντες που έχουν πλησιάσει το τελευταίο διάστημα.

Το Cinobo είναι η μόνη πλατφόρμα που δίνει μια λύση στις ανάγκες των σινεφίλ. Μπορεί να είναι κάτι καινούριο ή κάτι κλασικό, ένα έργο ενός εμβληματικού σκηνοθέτη ή και κάποιου πρωτοεμφανιζόμενου, μπορεί να είναι κάτι οσκαρικό ή και ένα κρυμμένο διαμαντάκι. Η δουλειά μας είναι να βρούμε τα καλύτερα από κάθε είδος και κάθε κατηγορία και να τα κάνουμε προσβάσιμα σε μια πλατφόρμα για τους λάτρεις του σινεμά.

Θα θέλατε να μας εξηγήσετε πως λειτουργεί η διαδικασία φιλοξενίας ενός έργου στη συγκεκριμένη πλατφόρμα; Δηλαδή, με ποια κριτήρια επιλέγονται οι ταινίες και οι σειρές, πώς ανακαλύπτετε τα έργα, πώς λειτουργεί η συγκεκριμένη αγορά;

Η ομάδα του curation έχει τα μάτια ανοιχτά και είναι σε μόνιμη αναζήτηση για τις καλύτερες ταινίες κάθε είδους που αξίζει να εξασφαλίσουμε για τους συνδρομητές μας. Συναντιόμαστε κάθε εβδομάδα, φέρνουμε προτάσεις, διαφωνούμε, συμφωνούμε, πωρωνόμαστε. Από το ξεκίνημα του Cinobo είμαστε παρόντες στα μεγαλύτερα ευρωπαϊκά φεστιβάλ -στις Κάννες, στη Βενετία, στο Βερολίνο και σε άλλα τόσα, έστω και online- και φυσικά και στα ελληνικά φεστιβάλ. Μιλάμε συνεχώς με διανομείς, σκηνοθέτες και παραγωγούς. Γενικότερα, μέσα στη χρονιά φτάνει στα μάτια μας ένας πολύ μεγάλος όγκος ταινιών και η δουλειά μας είναι να επιλέξουμε τις καλύτερες. Πολλές φορές ξέρουμε το κάτι διαφορετικό που θέλουμε να προσφέρουμε στους συνδρομητές μας και κινούμε γη και ουρανό για να το βρούμε. Μπορεί να είναι κάτι iconic, κάτι ιστορικό, κάτι σπάνιο, ένα πολύ αγαπημένο μας φιλμ από τα παλιά.

Έχετε θελήσει να «συνδυάσετε» το streaming με τις κινηματογραφικές αίθουσες, προσφέροντας δωρεάν εισιτήρια. Πώς προχωράει αυτό; Γενικότερα, θα λέγατε πως ο κόσμος πάει στο σινεμά, στις μέρες μας; Ποια η εικόνα, μετά και από τον αντίκτυπο που υπήρξε για τις κινηματογραφικές αίθουσες στην εποχή της πανδημίας;

Βλέπουμε ότι ο κινηματογράφος, ιδιαίτερα η διανομή στην κλειστή αίθουσα, δέχεται πίεση. Ο κόσμος δεν έχει επιστρέψει στην αίθουσα μετά την πανδημία. Και αγαπάμε την αίθουσα.



“Να προωθήσουμε την ποικιλομορφία στην αφήγηση και να την κάνουμε προσβάσιμη σε όλους”

Είναι στοίχημά μας, να προσπαθήσουμε να βοηθήσουμε να γίνει η έξοδος στο σινεμά ξανά συνήθεια. Αυτό κάνουμε και με τα Cinobo Pass, τα δωρεάν εισιτήρια σινεμά που δίνουμε κάθε εβδομάδα στους συνδρομητές.

Βρισκόμαστε στη χρυσή εποχή της παραγωγής περιεχομένου, με μια πρωτοφανή ποικιλία ιστοριών ειπωμένων για πρώτη φορά από τόσες διαφορετικές προοπτικές. Πολλές από αυτές τις ιστορίες όμως δεν θα έβρισκαν χώρο προβολής στο ασφυκτικό πρόγραμμα των αιθουσών και της κινηματογραφικής διανομής. Με το Cinobo επιδιώκουμε να κάνουμε το σινεμά προσβάσιμο με κάθε δυνατό τρόπο. Τα δύο διαφορετικά είδη διανομής (κινηματογραφική και online) συνυπάρχουν, γιατί είναι ο μόνος τρόπος ώστε κάθε ταινία να βρει το κοινό της, αλλά αποτελεί και κλειδί για να προσελκύσουμε νέο κοινό στο σινεμά.

Για μένα, σινεμά και πλατφόρμες μπορούν και οφείλουν να έχουν μια κοινή πορεία. Η εμπειρία της σκοτεινής αίθουσας είναι και θα είναι μοναδική. Τίποτα δεν μπορεί να αντικαταστήσει τη μαγεία της. Αυτό δεν σημαίνει ότι το σινεμά που δεν προβάλλεται μια δεδομένη στιγμή στην αίθουσα, είναι καλό να είναι κλεισμένο σε συρτάρια και ράφια. Ο στόχος μας είναι να γεφυρώσουμε το χάσμα. Θέλουμε να καλλιεργήσουμε μια κουλτούρα cinema-loving γιατί μόνο έτσι θα καταλήξουμε στο cinema-going και άρα στη δημιουργία περισσότερο μοναδικού σινεμά. Ναι, το τοπίο αλλάζει, αλλά, είτε υπάρχει κρίση είτε όχι, ο στόχος μας παραμένει ο ίδιος: να προωθήσουμε την ποικιλομορφία στην αφήγηση και να την κάνουμε προσβάσιμη σε όλους.

“Θέλουμε να καλλιεργήσουμε μια κουλτούρα cinema-loving γιατί μόνο έτσι θα καταλήξουμε στο cinema-going”



Ποιο είναι το «όραμά» σας σε σχέση με το streaming; Προς ποια κατεύθυνση θα πρέπει να οδηγηθεί η συγκεκριμένη αγορά, σε μια εποχή που υπάρχουν «πιέσεις» ακόμη και για να συνεισφέρει στο κόστος των τηλεπικοινωνιακών υποδομών που χρησιμοποιεί;

Αυτό που οραματίζομαι είναι ένα streaming landscape με πολυφωνία, όχι μονοπωλημένο και σαλαμοποιημένο. Είναι σημαντικό να μπορέσουν να συνεχίσουν να είναι βιώσιμοι και μικρότεροι παίκτες που διατηρούν την ποικιλομορφία στην αφήγηση και δεν παράγουν απλά αυτά που βλέπουν οι πολλοί. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να γίνεται αντιληπτό πως οι μικρές πλατφόρμες που δεν αντλούν πόρους από λογαριασμούς της ΔΕΗ και από ίντερνετ και τηλεφωνία, οι μικροί παίκτες που είναι στην Ευρώπη και το εν δυνάμει market τους δεν είναι Αμερική, Ασία και έχουν τα challenges της κάθε χώρας να αντιμετωπίσουν, δεν μπορούν να είναι ακριβώς υπό το ίδιο καθεστώς και στο ίδιο τσουβάλι με τους άλλους. Δεν έχουν τους ίδιους πόρους και η ισάξια αντιμετώπιση έναντι γιγάντων πιθανώς μακροπρόθεσμα θα σήμαινε μη βιωσιμότητα.

Υπάρχουν προκλήσεις που αντιμετωπίζει μια γυναίκα, ως founder μιας τέτοιας επιχείρησης - και μιας πλατφόρμας που δραστηριοποιείται στον συγκεκριμένο τομέα;

Το θέμα «γυναίκα και εργασία» είναι -όπως έχουν πει- «σιωπηλή επανάσταση» που έρχεται από μακριά, διαρκεί πολύ και έχει μέλλον μπροστά της. Στον χώρο των επιχειρήσεων υπάρχουν πράγματι έξτρα δυσκολίες για μια γυναίκα και σίγουρα ο συνδυασμός γυναίκα και νέα ήταν κάτι που το αισθάνθηκα. Δεν είναι τυχαίο, άλλωστε, ότι μόνο 2 στους 10 startup founders είναι γυναίκες. Όσον αφορά στον χώρο του σινεμά συγκεκριμένα, οι κινηματογράφοι εκπροσωπούνται

σχεδόν όλοι από άνδρες και στην κινηματογραφική διανομή 1 στους 10 είναι γυναίκα CEO. Επιλέγω να αγνοώ αυτούς που διαιώνίζουν τέτοια στερεότυπα και να εύχομαι να δούμε όλο και περισσότερες γυναίκες.

Υπάρχει κάποια «συμβουλή» ή tip την οποία θα δίνατε σε γυναίκες που θέλουν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχειρηματική προσπάθεια, στην Ελλάδα;

Η συμβουλή μου θα ήταν, μην ξεκινήσεις κάτι απλά για να ξεκινήσεις κάτι. Αν όμως έχεις μια ιδέα που είναι όντως κολλημένη στο μυαλό σου, κοιμάσαι και ξυπνάς με αυτή, κάτι που θέλεις να δημιουργήσεις και το λες σε φίλους από εδώ και από εκεί, οραματίσου το, δημιούργησέ το στο μυαλό σου και just do it!

Ποια είναι τα επόμενα βήματα για το Cinobo; Αν επισκεφτούμε τώρα την πλατφόρμα, βλέπουμε πως φιλοξενεί και σειρές. Υπάρχει κάτι άλλο που σχεδιάζετε, κάποιο νέο χαρακτηριστικό, συνεργασία ή παροχή προς τους συνδρομητές σας;

Οι σειρές είναι το new entry μας και χαιρόμαστε που η αλλαγή αυτή έχει ήδη θετικό αντίκτυπο. Έχουμε λάβει πολύ καλά σχόλια από το κοινό αυτές τις λίγες εβδομάδες που μπήκαν στην πλατφόρμα οι πρώτοι τίτλοι. Τώρα, όσον αφορά στο μέλλον, κάθε εβδομάδα προκύπτουν νέες ιδέες. Φροντίζουμε πάντα να σεβόμαστε τους συνδρομητές μας. Δεν κάνουμε εκπώσεις στην επιλογή των ταινιών και στο τι προσφέρουμε σαν εμπειρία. Επίσης, διερευνούμε και σχεδιάζουμε την επέκταση του Cinobo στο εξωτερικό, καθώς μια τέτοια πλατφόρμα λείπει πραγματικά από πάρα πολλές χώρες και προσφέρει κινηματογράφο που πρέπει να φτάσει στα μάτια του κοινού.



THE BODY SHOP

NEA BEAUTY ADVENT CALENDARS

Ανακαλύψτε 25 καθημερινές εκπλήξεις φροντίδας, περιποίησης και ομορφιάς από την κορυφή έως τα νύχια.



Στα καταστήματα The Body Shop και στο www.thebodyshop.gr

Χριστίνα Φωτεινοπούλου

SENIOR DIGITAL CONSULTANT ASCEND

Aπό το 2004, οπότε η Χριστίνα Φωτεινοπούλου ήταν Internet manager της Ολυμπιακής Επιτροπής ΑΘΗΝΑ 2004 μέχρι σήμερα που δραστηριοποιείται στην ASCEND ως senior digital consultant, έχουν περάσει σχεδόν 20 χρόνια. Δύο δεκαετίες στις οποίες η Χριστίνα Φωτεινοπούλου έχει επιβεβαιώσει τον τίτλο της εταιρείας: Ascend, επί το ελληνικότερο «ανεβαίνω» ή «ανέρχομαι» ή και «ανηφορίζω». Η διαδρομή της ωστόσο ξεκίνησε πολύ νωρίτερα, το μακρινό 1998 όταν προσπαθώντας να πείσει τους πελάτες πως πρέπει να στηθεί ένα site, εισέπραττε το στερεότυπο ερώτημα «που είναι ο άνδρας για να κλείσει η δουλειά;», με αποτέλεσμα να την κερδίσει περιοδικά το Ηνωμένο Βασίλειο και να επιστρέψει όταν άρχισαν να αλλάζουν τα πράγματα στην Ελλάδα. Έχοντας διαγράψει μια αξιόλογη πορεία στο Digital και την Ψηφιακή Επικοινωνία σε διάφορες κρίσιμες και ηγετικές θέσεις αυτό που είναι χρήσιμο να μάθουμε είναι ποιο είναι εκείνο το γυναικείο στοιχείο που βοήθησε τη Χριστίνα Φωτεινοπούλου στην καθημερινότητά της, στους στόχους της και στην εκπλήρωσή τους όλα αυτά τα χρόνια...

«Σαφέστατα το multitasking και το can do attitude. Μπορεί να ακούγεται κλισέ αλλά οι γυναίκες έχω διαπιστώσει ότι έχουμε όντως τη δυνατότητα και την ικανότητα να κάνουμε πολλά πράγματα και καλά συγχρόνως. Προφανώς και γενικεύω εδώ και κάθε άνθρωπος είναι διαφορετικός, αλλά σε γενικές γραμμές αυτό είναι ένα γυναικείο χαρακτηριστικό. Αυτό λοιπόν που έχει βοηθήσει και στην αναγνώριση της αξίας μου και στην επαγγελματική μου ανέλιξη είναι η διαχείριση πολύπλοκων, ευαίσθητων και με χρονικούς περιορισμούς κρίσεων. Θυμάμαι χαρακτηριστικά την πρώτη ημέρα των αγώνων στο 2004 οπότε και ήμουν η Internet manager της Ολυμπιακής Επιτροπής ΑΘΗΝΑ 2004, όταν ήταν να πάρουμε τα πρώτα live αποτελέσματα των αγώνων και πάγωσαν όλες οι οθόνες από ένα τεχνικό πρόβλημα.

Ενώ λοιπόν είχαμε κάνει και test events και πάμπολες ασκήσεις ετοιμότητας, το συγκεκριμένο σενάριο είχε θεωρηθεί απόλυτα ακραίο και δεν είχε δοκιμαστεί. Μέσα σε πέντε μόλις λεπτά όμως είχα καταφέρει να τραβήξουμε άτομα



«Όσο σκληρό και αν ακούγεται, η δουλειά είναι μια καθημερινή μάχη με πολλές περισσότερες ήττες από νίκες»



Προς νέες γυναίκες:
Μάθετε να επικοινωνείτε σωστά.
Μάθετε να εξηγείτε στο άλλον αυτό
που είναι έτοιμος να καταλάβει και
χρησιμοποιήστε στο έπακρο την κατεξοχήν
γυναϊκεία δεξιότητα της ενσυναίσθησης

από άλλες ομάδες να βοηθήσουν στο χειροκίνητο πέρασμα αποτελεσμάτων, να μιλάω τηλεφωνικά με τον υπεύθυνο venue στο χώρο ώστε να μας μεταφέρει τα πάντα τη στιγμή που γίνονταν, να έχουμε feed από όλες τις κάμερες και να επιβεβαιώνουμε ότι δεν έχουμε χάσει κάτι και να μιλάω και με τους τεχνικούς για να μπορέσουμε να λύσουμε το θέμα! Συγχρόνως, ούτε στιγμή δεν αμφέβαλα ότι θα τα καταφέρουμε και δεν έχασα την ψυχραιμία μου. Το αποτέλεσμα ήταν ότι προφανώς και απέκτησα έναν ωραιότατο πονοκέφαλο αφού είχα τρία κινητά συγχρόνως στα αυτιά μου, αλλά το site είχε κανονικά live αποτελέσματα και σε πέντε γλώσσες, κάτι το οποίο γινόταν για πρώτη φορά τότε σε site Ολυμπιακών αγώνων.»

Δεν είναι μυστικό ότι πολλές Γυναίκες στον κλάδο της Τεχνολογίας και του Digital έχουν συχνά αισθανθεί να μειονεκτούν ή να παραμερίζονται από άνδρες συναδέλφους τους. Έχει βρεθεί σε τέτοια κατάσταση;

Η αλήθεια είναι ότι αυτό συμβαίνει σε αρκετούς κλάδους απλά σε κάποιες περιπτώσεις είναι πιο έντονο στον δικό μας κλάδο. Τα καλά νέα είναι ότι αυτό με αργά αλλά σταθερά βήματα τείνει να αλλάξει. Όταν εγώ πρωτοξεκίναγα το

μακρινό 1998 να δουλεύω, πήγαινα σε συνεργάτες για να σπύσω το site τους, τους εξηγούσα τα πάντα, τους έπειθα, αλλά όταν ερχόταν η ώρα για τις υπογραφές περίμεναν να συναντήσουν έναν άνδρα για να «κλείσει η δουλειά». Αυτό μάλιστα ήταν τόσο έντονο ώστε αποφάσισα να φύγω από την τότε κάπως στενόμυαλη Ελλάδα και να πάω να συνεχίσω την καριέρα μου στην Αγγλία η οποία ήταν σαφώς πιο δεκτική στις γυναίκες επαγγελματίες του τομέα.

Αυτό που έκανε την διαφορά ήταν ότι ο κόσμος εκεί ήταν πιο έτοιμος να ακούει από μια νέα γυναίκα οδηγίες σχετικά με τις νέες τεχνολογίες. Συγχρόνως υπήρχαν και περισσότερες γυναίκες σε θέσεις ευθύνης οι οποίες ήταν έτοιμες να ακούσουν οδηγίες από άλλες γυναίκες. Αυτοί οι δύο παράγοντες ευτυχώς αρχίζουν να υπάρχουν πλέον και στην Ελλάδα. Μια σημείωση βέβαια είναι ότι κάθε κλάδος δεν είναι το ίδιο έτοιμος. Όταν για παράδειγμα βρέθηκα να δουλεύω στο βαρύ παραδοσιακό retail στην Ελλάδα άκουσα οκ ολίγες φορές σχόλια του τύπου «πήγαινε στα παιδιά σου να τα δεις τώρα και άφησε εμάς τους άνδρες να πάρουμε τις αποφάσεις».

Αποφάσεις εντωμεταξύ οι οποίες ήταν 100% δική μου ευθύνη και ήμουν η μόνη που είχα την γνώση και την

εμπειρία να τις πάρω. Αλλά οι βαριοί παραδοσιακοί managers εκεί προτιμούσαν να αποφασίσουν αυτοί από το να ακολουθήσουν τις οδηγίες μιας γυναίκας ακόμα και με δυσανάλογα βαρύ κόστος για την εταιρεία τους.

Είναι απαραίτητη η εξωστρέφεια για μια Γυναίκα που εργάζεται στον κλάδο σας;

Σαφέστατα και ναι. Όπως και στους περισσότερους κλάδους άλλωστε. Η εξωστρέφεια βέβαια δεν πρέπει να συγχέεται με την κοινωνικότητα και δεν πρέπει να τρομάζουμε ανθρώπους των οποίων ο χαρακτήρας δεν είναι κατά βάση εξωστρεφής. Όταν λέμε εξωστρέφεια στον κλάδο πρέπει να αναφερόμαστε στο σύνολο των ενεργειών, όπως το να αναζητάμε τάσεις και λύσεις οι οποίες μπορεί να προέρχονται από άλλες εταιρείες, χώρες ακόμα και κλάδους.

Η τεχνολογία και το digital είναι τομείς οι οποίοι αντλούν πληροφορίες από πληθώρα άλλων disciplines ενώ συγχρόνως χρειάζονται και φαντασία και δημιουργικότητα. Πρέπει να είμαστε εξωστρεφείς ώστε να αναζητάμε λύσεις στη βιολογία, στη φυσική, στην ψυχολογία, στην ιστορία, στην τέχνη. Οι λύσεις που παράγουμε στον κλάδο μας, είναι ακριβώς αυτό που λέει η λέξη: Λύσεις. Λύσεις σε προβλήματα που πρέπει να καταλάβουμε πρώτα ότι υπάρχουν και μετά να ψάξουμε να βρούμε ποιες αρχές θα μας βοηθήσουν να τα αντιμετωπίσουμε. Ακόμα και όταν μιλάμε για κάτι απλό όπως ένα corporate site πρέπει να μπορούμε να σκεφτούμε ποια πιθανά προβλήματα ενός καταναλωτή καλείται αυτό το site να λύσει.

Αυτόν τον καιρό φτιάχνουμε για παράδειγμα ένα site για ένα resort στο Πήλιο, το 12 Months Resort. Ενώ ετοιμάζαμε τις ενότητες, σκεφτόμουν συνέχεια πώς θα το διαφοροποιήσω από τον ανταγωνισμό. Αυτό που έκανα ήταν να ψάξω στα social ποιο είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα του κόσμου όταν ετοιμάζεται να πάει διακοπές.

Τα τρία top προβλήματα λοιπόν που ανέφεραν όλοι ήταν το πώς να πάρουν άδεια από τη δουλειά τους, πώς να βρουν χρήματα για τις διακοπές τους και το τι να πάρουν μαζί τους. Τα δύο πρώτα τα άφησα για το μέλλον (αν και θα είχε ενδιαφέρον να φτιάξω μια εφαρμογή για live λεκτικές οδηγίες όταν πηγαίνεις να ζητήσεις άδεια από ένα δύσκολο αφεντικό) και προχώρησα με την απλή λύση δημιουργίας μιας προσωποποιημένης packing λίστας για τους επισκέπτες του resort.

Ποια εποχή θα έρθεις; Για ποιον λόγο θα ταξιδέψεις; Θα κάνεις κάποια δραστηριότητα; Ταξιδεύεις με παιδιά ή ετοιμάζεσαι για ένα ρομαντικό getaway; Βάσει των απαντήσεων σου, των γνώσεων μας για την περιοχή, λίγο AI, λίγο φαντασία και αρκετή πρακτικότητα σου φτιάχνουμε την λίστα για να μην ξεχάσεις τίποτα στο ταξίδι σου και να είσαι έτοιμος να διασκεδάσεις στον προορισμό σου!

Τι συμβουλές θα δίνατε σε μια γυναίκα που σκέφτεται μια καριέρα στον κλάδο της Ψηφιακής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας; Τι θα ευχόσασταν να γνωρίζατε ή να διαθέτατε όταν ξεκινήσατε;

Η πρώτη μου συμβουλή θα ήταν να μην θεωρεί ποτέ τίποτα ως δεδομένο. Δεν είναι δεδομένο ότι θα την καταλαβαίνουν οι γύρω της, δεν είναι δεδομένο ότι θα την στηρίξει ο/η manager της, δεν είναι δεδομένο ότι θα αναγνωριστεί η σκληρή δουλειά της.

Όσο σκληρό και αν ακούγεται, η δουλειά είναι μια καθημερινή μάχη με πολλές περισσότερες ήττες από νίκες. Οι ήττες είναι καθημερινές είναι όμως όντως ο τρόπος για να φτάσεις σε αυτήν την μία την πολυπόθητη νίκη. Έτσι άλλωστε είναι όλη η ζωή και επιτυχημένοι επαγγελματίες αλλά και άνθρωποι είναι αυτοί που αναμένουν τις ήττες, τις αναγνωρίζουν ως ευκαιρίες μάθησης, μαζεύουν γρήγορα τα κομμάτια τους και προχωράνε. Ιδίως στον χώρο μας αυτός ο κύκλος είναι απίστευτα γρήγορος και οι ήττες εναλλάσσονται με τις νίκες με τρομερό ρυθμό.

Συνυπό δεν έχεις χρόνο να χαρείς την όποια νίκη σου γιατί έχει ανοίξει η επόμενη πρόκληση και αν αργήσεις να αντιδράσεις θα χάσεις το τρένο. Αυτό λοιπόν που θα ευχόμουν να γνώριζα όταν ξεκινούσα είναι ότι ο επαγγελματικός χώρος δεν είναι αγγελικά πλασμένος και οι παθogeneίες που είχα συναντήσει σε μικρό βαθμό στο πανεπιστήμιο, είναι γιγαντωμένες στην εργασιακή αρένα.

Δεν είναι πάντα ο πιο άξιος και ο πιο έξυπνος αυτός που ανεβαίνει και εσύ συχνά θα κληθείς να εξηγήσεις μια λύση σε κάποιον που δεν μπορεί να την καταλάβει. Ακόμα λοιπόν και αν η δικιά σου λύση είναι η καλύτερη, αν δεν μπορείς να της εξηγήσεις με τέτοιο τρόπο ώστε να την «αγοράσει» ο άλλος ίσως δεν την πουλήσεις ποτέ. Μάθετε λοιπόν να επικοινωνείτε σωστά.

Μάθετε να εξηγείτε στο άλλον αυτό που είναι έτοιμος να καταλάβει και χρησιμοποιήστε στο έπακρο την κατεξοχήν γυναικεία δεξιότητα της ενσυναίσθησης.

Ποιά είναι το όνειρό σας για την επόμενη χρονιά;

Μετά από 25 χρόνια καριέρας αποκλειστικά στον χώρο του Digital και την Επικοινωνίας, νομίζω ότι ήρθε η ώρα που ο τομέας μας πραγματικά απευθύνεται σε όλους. Όταν είχα πρωτοξεκινήσει να δουλεύω σε αυτόν τον χώρο δεν υπήρχαν τα smart phones και τα social media, δεν υπήρχε καν το Google και όλοι αναρωτιόντουσαν κάποιο από τμήμα να εντάξουν το Internet.

Τώρα πια όμως ο χώρος μας είναι ένα commodity χωρίς το οποίο η εταιρεία σου δεν μπορεί να υπάρξει. Δεν γνωρίζουν όμως όλες οι εταιρείες πώς να το εντάξουν στην καθημερινότητα τους και πώς να το διαχειριστούν. Αναγνωρίζοντας αυτήν την ανάγκη λοιπόν είμαι πλέον επικεφαλής ενός boutique digital agency την ASCEND στόχος του οποίου είναι να βοηθάει τις εταιρείες κάθε μεγέθους να ανταποκριθούν σε οποιαδήποτε digital ή επικοινωνιακή ανάγκη έχουν.

Γιατί πρέπει να κατανοήσουμε ότι τα πάντα πλέον είναι θέμα επικοινωνίας που γίνεται μέσω digital καναλιών. Είτε μιλάμε για ένα λογότυπο λοιπόν, είτε για το πιο πολύπλοκο ecommerce site, είτε για ένα άρθρο στο site μας είτε για την πλήρη CRM καμπάνια μας, το πιθανότερο είναι ότι χρειαζόμαστε κάποιον δικό μας άνθρωπο να είναι δίπλα μας και να μας καθοδηγήσει στα digital βήματα μας.

Το όνειρο μου για την επόμενη χρονιά λοιπόν είναι να μπορέσω να βοηθήσω όσο το δυνατόν καλύτερα τους πελάτες μου να επιτύχουν την καλύτερη digital παρουσία τους και φυσικά να τελειώσω ξανά τον Μαραθώνιο του Ολύμπου.

Γιατί μπορεί να είμαι γυναίκα επαγγελματίες στον χώρο του digital, μητέρα και σύζυγος, αλλά δεν σταματάω να είμαι και μια φανατική δρομέας βουνού!

CREATIVE ZEN AIR DOT

*Τα true wireless ακουσικά που ταιριάζουν...
τέλεια στην παλάμη του χρήστη*

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια η τεχνολογία έχει καταφέρει να διευκολύνει σημαντικά την καθημερινότητα εκατομμυρίων ανθρώπων. Τα smartphones μας έδωσαν τη δυνατότητα να λύνουμε επαγγελματικές εκκρεμότητες και να ψυχαγωγούμαστε ακόμη κι όταν βρισκόμαστε καθοδόν, τη στιγμή που μπορούμε να παραμένουμε συνδεδεμένοι όλο το 24ωρο και κάτω από οποιαδήποτε συνθήκη. Εκτός από τα κινητά, άλλο ένα gadget έχει δει τη δημοτικότητά του να "εκτιοξεύεται" και δεν είναι άλλο από τα ασύρματα ακουσικά.

Προσιτή τιμή, μεγάλες δυνατότητες

Οι περισσότεροι και περισσότερες από εμάς αφιερώνουμε αρκετό χρόνο ημερησίως συνομιλώντας ή ακούγοντας μουσική στο κινητό. Ένα καλό ζευγάρι ασύρματα ακουσικά δεν είναι πλέον... πολυτέλεια αλλά ανάγκη. Αυτό δε σημαίνει, ωστόσο, ότι πρέπει να ξοδέψουμε ένα σημαντικό ποσό για να εξασφαλίσουμε υψηλού επιπέδου ήχο και άνετη εφαρμογή. Η Creative Technology ανακοίνωσε την κυκλοφορία των Creative Zen Air DOT, μια ενδιαφέρουσα προσθήκη στην κατηγορία των true wireless ακουστικών, που μπορεί να αποτελέσει ιδανικό «σύντροφο» στο γραφείο, το αυτοκίνητο, τα ταξίδια, ακόμη και στο γυμναστήριο.

Μπορεί στην αγορά να υπάρχουν αναρίθμητες επιλογές σε earbuds. Παρόλα αυτά, τα Creative Zen Air DOT είναι μια ιδιαίτερη πρόταση, με πολλές δυνατότητες. Έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να ταιριάζουν τέλεια στην παλάμη του χρήστη, ζυγίζουν μόνο 33 γραμμάρια και έρχονται στη φιλική τιμή των €29,99.

Μοναδικός συνδυασμός φορητότητας και απόδοσης

Μια γρήγορη δοκιμή καθιστά σαφές ότι τα Zen Air DOT εξασφαλίζουν ήχο με ισχύ που ξεπερνά κατά πολύ την αναμενόμενη, βάσει της μορφής και της φιλικής τιμής τους. Διαθέτουν προσαρμοσμένους drivers Νεοδυμίου 13 mm για λεπτομερή ήχο με βαθιά μπάσα, καθαρά μέσα και ψηλά, ενώ τα διπλά μικρόφωνα με τεχνολογία ακύρωσης θορύβου (ENC), που αναλύουν και φιλτράρουν τον ανεπιθύμητο θόρυβο του περιβάλλοντος, παρέχουν στο χρήστη

κρυστάλλινη φωνητική είσοδο για καλύτερη ποιότητα κλήσης, ανεξάρτητα από το περιβάλλον. Στα πλεονέκτημα των νέων ακουστικών της Creative θα μπορούσαν να προστεθούν η μεγάλη διάρκεια ζωής της μπαταρίας (έως 24 ώρες), η τεχνολογία Bluetooth® 5.3 και η βαθμολογία IPX4, που εγγυάται προστασία από το νερό και τα καθιστά ιδανικά για χρήση κατά τη διάρκεια της προπόνησης ή οποιασδήποτε υπαίθριας δραστηριότητας.

Παράλληλα, τα Creative Zen Air DOT ενσωματώνουν απρόσκοπτα εφαρμογές όπως το Siri και το Google Assistant, προσφέροντας έλεγχο hands-free και πρόσθετη άνεση για μια πραγματικά συνδεδεμένη εμπειρία.

Βρείτε σήμερα τα Creative Zen Air DOT στο [Creative.com](https://www.creative.com).



Η Σοφία Τριάντου

μάς ξεναγεί στον μαγικό κόσμο των Βοτάνων, των Αρωμάτων και του Τσαγιού

Η Σοφία Τριάντου, είναι πιστοποιημένη Βοτανολόγος από το Dominion Herbal College - Canada. Ξεκίνησε τη σταδιοδρομία της το 1995, σε εργαστήριο φαρμακείου παρασκευάζοντας ομοιοπαθητικά φάρμακα και σκευάσματα αιθέριων ελαίων και φυτοθεραπείας.

Εργάστηκε στην εταιρεία Arivita για πάνω από είκοσι χρόνια ως Phytotherapy & Aromatherapy trainer manager και ήταν υπεύθυνη για την οργάνωση, δημιουργία υλικού και πραγματοποίηση της Ακαδημίας αρωματοθεραπείας - βοτανολογίας.

Εμπνευσμένη από την φιλοσοφία των αρωματικών φυτών για έναν πιο φυσικό και ισορροπημένο τρόπο ζωής και με τη μεγάλη αγάπη της προς τη φύση, επέκτεινε τις γνώσεις της με πολυετή εκπαίδευση, έχοντας παρακολουθήσει μαθήματα Ομοιοπαθητικής από τον Γιώργο Βυθούλκα, Αρωματοθεραπείας στο West Coast Canada και στον Ruben Bartolo με πρακτική εξάσκηση στη κλινική του, στη MDINA της Μάλτας, αρωματοθεραπείας και Βοτανολογίας στην Nature Health London, Αρωματοθεραπείας και Βιομηχανία των Αιθέριων Ελαίων -Lydia Bosson. Το 2015 αποφοίτησε από το Dominion Herbal College, Canada από το οποίο πιστοποιήθηκε ως βοτανολόγος και το 2018 συνέχισε τις γνώσεις της στην αρωματοθεραπεία στο Oxford learning College. Το 2017-2018 παρακολούθησε τα μαθήματα “Σχολή λόγου” στο ωδείο Αθηνών με εισηγητή τον Κωστή Σφυρικήδη.

Επιλέγει να ταξιδεύει σε μέρη της Ελλάδας και να καταγράφει τις παραδοσιακές συνταγές των Ελληνικών βοτάνων με σκοπό τη δημιουργία συλλογής πολύτιμων παραδοσιακών συνταγών.

Συνέχισε παίρνοντας γνώσεις στο TEA & HERBAL ASSOCIATION OF CANADA για την απόκτηση του τίτλου TAC TEA SOMMELIER. Συγχρόνως συνεχίζει να μεταδίδει το σεβασμό και τις γνώσεις του κόσμου των αρωματικών φυτών, ανεξάρτητα αλλά και σε συνεργασία με φορείς που μοιράζονται το πάθος και το σεβασμό προς τη φύση. Παραδίδει σεμινάρια σε ενήλικες, παιδιά και οργανώνει ημερίδες, δραστηριότητες και εκπαιδευτικές εκδρομές σε μέρη της Ελλάδας με βοτανικό ενδιαφέρον και αξιόλογη γεωφυσική ποικιλομορφία. Παράλληλα είναι αρχισυντάκτρια και δημιουργός στο thalli magazine, μια ηλεκτρονική πλατ-



“Οι βραδιές στην κουζίνα βοτάνων της Open Farm βασίζονται στη φιλοσοφία της μεσογειακής διατροφής”

φόρμα αφιερωμένη στη βοτανολογία, τα αιθέρια έλαια και την αρωματοθεραπεία

Τον Σεπτέμβριο του 2020 δημιούργησε το Thalli eco shop (<https://ecoshop.thalli.gr/category/care-by-nature/>) με σκοπό να συμβάλει στη προστασία του πλανήτη από τα απόβλητα του πλαστικού, να συμμετέχει στη εξέλιξη της ζωή των γυναικών σε αναπτυσσόμενες χώρες και στη στήριξη μικρών παραγωγών με αναπτυγμένη την οικολογική συνείδηση και τη βελτίωση της ζωής του πλανήτη.

Τί είναι η Ακαδημία Βοτανολογίας και αρωματοθεραπείας και ποιος είναι ο στόχος της;

Η Ακαδημία βοτανολογίας και αρωματοθεραπείας δημιουργήθηκε από τη Σοφία Τριάντου με τη σκέψη ότι η χρήση των αιθέριων ελαίων και των βοτάνων πρέπει να είναι προσβάσιμη σε όλους. Ο σκοπός των μαθημάτων είναι η μετάδοση των γνώσεων για τον κόσμο της βοτανολογίας και της αρωματοθεραπείας. Κύριο μέλημα οι συμμετέχοντες και συμμετέχουσες να αποκτήσουν την ικανότητα να χρησιμοποιούν με ασφαλή τρόπο τα βότανα και τα αιθέρια έλαια στην καθημερινότητα τους. Τα βότανα να μπου στα ελληνικά σπίτια.

Πώς μπορεί να βοηθήσει τη διατήρηση της Βιοποικιλότητας, την προστασία του Περιβάλλοντος αλλά και τη βελτίωση της Υγείας των καταναλωτών;

Μέσα από τα μαθήματα βοτανολογίας και την επαφή των ανθρώπων με την Open Farm, προσπαθούμε να μεταδώσουμε και τη σημασία της απώλεια της βιοποικιλότητας. Η βιοποικιλότητας μπορεί να έχει έμμεσες επιπτώσεις και στην ανθρώπινη ευημερία. Η ανθρώπινη υγεία δεν μπορεί να ληφθεί υπόψη μεμονωμένα, γιατί εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ποιότητα του περιβάλλοντος στο οποίο ζουν οι άνθρωποι: για να είναι οι άνθρωποι υγιείς, χρειάζονται υγιή περιβάλλοντα.

Ποιοί έρχονται στις συνεδρίες και τα μαθήματά σας; Γίνονται και διαδικτυακά;

Στις συνεδρίες έρχονται όλοι όσοι επιθυμούν να γνωρίσουν έναν άλλο τρόπο ζωής, να συμβιώσουν με τα βότανα στη καθημερινή τους ζωή, να γνωρίσουν το τρόπο που μαγειρεύουμε υγιεινά με σκοπό την ευεξία, την τόνωση και την πρόληψη ασθενειών. Διαδικτυακά γίνεται μόνο το θεωρητικό μέρος του μαθήματος.

Τί ακριβώς είναι οι βραδιές της κουζίνας βοτάνων της 'Open Farm Agora', στην Κεντρική Λαχαναγορά Αθηνών (Ο.Κ.Α.Α.);

Οι βραδιές στη κουζίνα βοτάνων της Open Farm βασίζονται στη φιλοσοφία της μεσογειακής διατροφής. Επιλέγω απλές παραδοσιακές συνταγές αρωματισμένες με βότανα, όλα τα υλικά είναι επιλεγμένα από τα ράφια της Open Farm. Τα υλικά είναι από μικρούς παραγωγούς, όλα από βιολογικές καλλιέργειες με αγάπη για το περιβάλλον, για όλους επισκέψιμες. Η κουζίνα έχει σκοπό να μας φέρει όλους κοντά σαν το παλιό καλό καιρό, να μοιραστώ τις γνώσεις μου για τρόπο που μαγειρεύουμε με τα βότανα, να ακούσουμε ιστορίες από όλους του συμμετέχοντες και να μοιραστούμε γευστικές αναμνήσεις.

Παράδοση, προετοιμασία, δοκιμή, η αξία ενός τραπέζιού.

Υπάρχει κόστος συμμετοχής;

Το κάθε μάθημα διαρκεί δυο ώρες και κοστίζει 15 ευρώ.

Σε ποιους απευθύνονται τα μαθήματα και ποια είναι τα σημαντικότερα που έχετε προγραμματίσει για το άμεσο μέλλον;

Τα μαθήματα απευθύνονται σε όλους όσους αναζητούν έναν καλύτερο βιώσιμο τρόπο καθημερινότητας. Για όσους επιθυμούν να βελτιώσουν την υγεία τους και θέλουν να γνωρίσουν την αληθινή τροφή.

Είναι προγραμματισμένες οι παρακάτω ενότητες:

9 Νοεμβρίου 2023: στο εργαστήριο οι συμμετέχοντες θα κατανοήσουν το τρόπο δημιουργίας συνταγών με βότανα και αιθέρια έλαια. Οι συμμετέχοντες θα μάθουν τον ασφαλή τρόπο πως να επιλέγουμε βότανα και αιθέρια έλαια και πως δημιουργούμε συνταγές σύμφωνα με τις ανάγκες μας στην καθημερινότητα. Θα δημιουργήσουμε τις πρώτες θεραπευτικές συνταγές βοτάνων και αιθέριων ελαίων.

23 Νοεμβρίου 2023: οι συμμετέχοντες θα γνωρίσουν τα αφεψήματα και τα εκχύματα, πως τα χρησιμοποιούμε



στην καθημερινότητά μας για την καλλυντική και θεραπευτική τους δράση. Θα γνωρίσουμε τον τρόπο και το λόγο που αρωματίζουμε το χώρο μας και πως αρωματίζουμε τα φυτικά λάδια σώματος. Θα παρασκευάσουμε όλοι μαζί στη κουζίνα της Open farm εγχύματα και αφεψήματα βοτάνων, στη συνέχεια θα ακολουθήσει γευσιγνωσία. Το μάθημα θα τελειώσει μαθαίνοντας τον τρόπο που μπορούμε να αρωματίσουμε τα πρώτα μήλα της εποχής.

7 Δεκεμβρίου 2023: ένα εργαστήριο βοτάνων και αιθέριων ελαίων για όσους θέλουν να γνωρίσουν το σωστό και ασφαλή τρόπο (δοσολογίες) για τη χρήση των βοτάνων και αιθέριων ελαίων. Οι συμμετέχοντες θα γνωρίσουν πως παρασκευάζουμε τα βοτανικά βάμματα. Θα αναλύσουμε τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν τα βότανα και τα αιθέρια έλαια στον οργανισμό μας και τους λόγους που μας προσφέρουν ευεξία και πρόληψη. Θα αναλύσουμε τα πρώτα αιθέρια έλαια. Ylang - ylang, Geranium, orange. Όλοι μαζί θα φτιάξουμε ένα θρεπτικό λάδι προσώπου και σώματος. Το μάθημα θα ολοκληρωθεί με τον τρόπο που αρωματίζουμε το βραδινό γλυκίσμα για σουρτιού με αιθέρια έλαια και βότανα.

14 Δεκεμβρίου 2023: ένα εργαστήριο με γιορτινή διάθεση! Όλοι μαζί γύρω από την κουζίνα της Open Farm θα γνωρίσουμε τα βότανα και τα αιθέρια έλαια στα Χριστούγεννα. Θα γνωρίσουμε τα αιθέρια έλαια που αρωματίζουν το σπίτι μας τις γιορτινές μέρες. Θα μάθουμε πως μπορούμε να διακοσμήσουμε με φυσικό τρόπο ένα γιορτινό τραπέζι. Θα δοκιμάσουμε το χριστουγεννιάτικο μείγμα βοτάνων και τέλος θα σας αποχαιρετίσουμε με τη γιορτινή σούπα που σας προτείνουμε να συνοδεύσει το δεινό σας.

Λίγα λόγια για τα μαθήματα του 2024

11 Ιανουαρίου 2024

Πως τα αιθέρια έλαια και τα βότανα ωφελούν στο άγχος και το στρες. Lavender, χαμομήλι, Μύρο.

25 Ιανουαρίου 2024

Πως τα αιθέρια έλαια και τα βότανα ωφελούν στην κακή διάθεση. Λουίζα, βασιλικός, περγαμόντο, λεμόνι, γκρεϊν φρουτ.

8 Φεβρουαρίου 2024

Πως τα αιθέρια έλαια και τα βότανα ωφελούν στο αναπνευστικό. Θυμάρι, Ρίγανη, Μέντα, Λιβάνι.

22 Φεβρουαρίου 2024

Πως τα αιθέρια έλαια και τα βότανα ωφελούν στην τόνωση του ανοσοποιητικού. Ύσσωπος, σκόρδο, τζίντζερ, δίκταμο, tea -tree.

7 Μαρτίου 2024

Η βοτανολογία και η αρωματοθεραπεία στην ευεξία μας. Τσάι του βουνού, γλυκόριζα, φασκόμηλο, δεντρολίβανο, κανέλλα, τσουκνίδα.

21 Μαρτίου 2024

Μαγειρικά βότανα και αιθέρια έλαια. Πως χρησιμοποιούμε τα βότανα στη μαγειρική, Δοσολογία, τρόπος χρήσης. Μαγειρική.

4 Απριλίου 2024

Τα βότανα και τα αιθέρια στη πέψη. Μαστίχα, δυόσμος, μάραθο γλυκάνισο.

25 Απριλίου 2024

Συνταγές καλλυντικής φροντίδας πρόσωπο και σώμα με αιθέρια έλαια και βότανα.

9 Μαΐου 2024

Πως τα αιθέρια έλαια και τα βότανα ωφελούν στην αϋπνία. Τίλιο, Τριαντάφυλλο, Μελισσόχορτο.

23 Μαΐου 2024

Πως τα αιθέρια έλαια και τα βότανα ωφελούν στην αντιμετώπιση της κόπωσης. Μείγματα βοτάνων, καλοκαιρινές συνταγές διατροφής και φυσικής φροντίδας.

20 Ιουνίου 2024

Αποχαιρετισμός

Με ένα βοτανικό τραπέζι αποχαιρετάμε όλους όσους μας εμπιστευτήκαν και γνωρίσαμε.

Μάθετε περισσότερα

<https://openfarm.gr/events/academy-sofia-triantou/>



με τις γεύσεις των πιάτων. Είναι οι άνθρωποι που γνωρίζουν όλες τις ξεχωριστές τελετές τσαγιού και το πρωτόκολλο γευσιγνωσίας της Ιαπωνία, της Κίνα, της Αγγλία, της Ρωσία, της Αμερικής και των υπολοίπων χωρών που αγαπούν το τσάι. Περισσότερα μπορείτε να διαβάσετε εδώ

<https://sofiatriantou.gr/Ti-einai-o-somelie-tsaqioy>

Τί είναι το thalli magazine και τί μπορεί να προσφέρει σε επίπεδο πληροφοριών;

Η ιστορία των αρωματικών φυτών, η ασφαλής καθημερινή χρήση τους, η Ελληνική παραδοσιακή μαγειρική με βότανα και η ομορφιά με την βοήθεια των αιθέριων ελαίων στην καθημερινότητα, είναι τα θέματα που απασχολούν το thalli magazine.

Τί πρέπει να προσέχουμε όταν πλοηγούμαστε στο Διαδίκτυο για να αντλήσουμε πληροφορίες για βότανα και αιθέρια έλαια;

Είναι σημαντικό να διαβάζουμε ποιος έγραψε την πληροφορία. Είναι σίγουρα από έναν εξειδικευμένος επαγγελματίας; Στο διαδίκτυο συχνά αντιγράφονται και τα λάθη, τα οποία πολλοί δε μπορούν να αναγνωρίσουν.

Είναι μύθος ότι για τα βότανα ενδιαφέρονται περισσότερο οι γυναίκες;

Θα έλεγα ότι όσο περνά ο καιρός αρχίζει να γίνεται μύθος. Αυτό γιατί οι άντρες φροντίζουν όλο και περισσότερο για τη υγεία και την πρόληψη.

Παρατηρείτε ότι στην Ελλάδα δεν έχει δοθεί η δέουσα προσοχή και σημασία στα υπέροχα και μοναδικά βότανα που διαθέτει η ελληνική γη;

Αν αρχίσω από τη κουλτούρα ενός ελληνικού σπιτιού, δεν έχει δοθεί η δέουσα προσοχή στη ζωή της πόλης. Τα βότανα τα έχουν περισσότερο ανάγκη οι άνθρωποι της πόλης στην καθημερινότητα τους, εξαιτίας του έντονου ρυθμού ζωής. Ωστόσο δε συνηθίζουν να επιλέγουν μείγματα βοτάνων για τη χαλάρωση, την ευεξία ή την τόνωση του οργανισμού τους. Όμως σε πολλά από τα ελληνικά νησιά όπως στις Κυκλάδες ή στη Κρήτη και σε πολλά ορεινά μέρη όπως στα Βουνά της Ηπείρου οι άνθρωποι ζουν καθημερινά με τα περισσότερα δώρα της φύσης.

Αν αναφερθώ όμως στις επιστημονικές ομάδες τότε θα πω, πως γίνονται εξαιρετικές προσπάθειες με εκπληκτικά αποτελέσματα από τα ελληνικά πανεπιστήμια για τις φαρμακευτικές ιδιότητες των βοτάνων αλλά και τη διάσωσή τους στην ελληνική γη.

Είστε από τις λίγες αν όχι η μοναδική sommelier τσαγιού, τί σημαίνει αυτό στην πράξη και τι ακριβώς κάνετε;

Πριν από τις σπουδές μου στο τσάι, είχα αποκτήσει τον πιστοποιημένο τίτλο βοτανολόγου και εμπειρία είκοσι χρόνων στο κόσμο των βοτάνων. Μέσα σε αυτά τα χρόνια, το τσάι και τα βότανα ήταν το ίδιο θαυμαστό για μένα. Όμως ήταν ξεκάθαρο ότι το τσάι έχει τον δικό του τρόπο παρασκευής, ανάλογα με το είδος, τον πολιτισμό, την παράδοση, τον τόπο και αυτό ποικίλει τόσο που ήταν αδύνατο να το ξεκαθαρίσω από μόνη μου όσες γνώσεις και αν απέκτησα από τη βοτανολογία. Έτσι αποφάσισα να γίνω μια σομελιέ τσαγιού.

Τί είναι ο σομελιέ τσαγιού;

Όπως και ο πιο παραδοσιακός σομελιέ κρασιού, ο σομελιέ τσαγιού είναι κάποιος που έχει εκπαιδευτεί στις ιδιαιτερότητες της αναγνώρισης, της προετοιμασίας και του συνδυασμού τσαγιού. Οι σομελιέ τσαγιού είναι άνθρωποι που γνωρίζουν τη σωστή προετοιμασία του τσαγιού, δημιουργούν μενού γευσιγνωσίας, γνωρίζουν τα είδη τσαγιού και είναι εκπαιδευμένοι στο να συνδυάζουν τις γεύσεις του τσαγιού

CALZEDONIA



Calzedonia FW 23 Collection

Διαχρονικά αλλά και on trend legwear styles που πρωταγωνιστούν στα πόδια σας.

[CALZEDONIA.COM](https://www.calzedonia.com)

ΤΟ ΜΑΥΡΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΝΕΟ ΜΑΥΡΟ

Το χρώμα που όλοι αγάπησαν είναι και επισήμως in για το 2024

Της Ζένιας Πιπτακή

1
Gold μίνι
Φόρεμα
Themis-Z



Το μαύρο, το μη χρώμα που αγαπήθηκε από γενιές και γενιές για τη κομψή διαχρονικότητά του, για την ικανότητά του να συνδυάζεται με κάθε στίλ και να ταιριάζει σε κάθε σιλουέτα. Το μη χρώμα που αγαπήθηκε από τη μόδα και το σινεμά και μας έδωσε εμβληματικά look - όπως της Όντρεϊ Χέμπορν στο Breakfast at Tiffany's.

Δεν έχει ειπωθεί βέβαια λίγες φορές η φράση «το μαύρο μου φέρνει θλίψη» ή «το μαύρο δεν είναι το χρώμα μου». Η αλήθεια είναι όμως ότι όλοι ανεξαιρέτως έχουμε επιλέξει ένα total black σύνολο, τουλάχιστον μία φορά στη ζωή μας.

Γιατί πολύ απλά το μαύρο αποτελεί safe επιλογή και όταν συνδυαστεί σωστά μπορεί να είναι πραγματικά πολύ εντυπωσιακό.

Κι ενώ η μόδα συνηθίζει να μας εκπλήσσει με εκκεντρικά χρώματα, μοτίβα και υφές που ξεπηδούν από τις πασαρέλες και απαιτούν μια θέση στη τσουλάπα μας, φαίνεται πως αυτή τη χρονιά μας κάνει δώρο εκείνο το χρώμα που όλοι έχουν και θέλουν στη ζωή τους.

Εσώρουχα, αξεσουάρ, casual και luxury ρούχα και outerwear, το μαύρο επιστρέφει δυναμικά στις βιτρίνες και το απόγειό του θα είναι την Άνοιξη. Ναι, την εποχή που το φλοράλ και τα παστέλ κάνουν την καθιερωμένη τους εμφάνιση, το 2024 έρχεται «δυστοπικό» με ένα λαμπερό μαύρο για να κάνει τη διαφορά. Το είδαμε σε total επιλογή στους Jun Takahashi, Issey Miyake, Rick Owens, Gucci, Miu Miu, Ann Demeulemeester, Bottega Veneta και Ferragamo, ενώ συνδυασμοί με λευκό (b&w baby) εμφανίστηκαν σε Emporio Armani, Chloé και Chanel. Θα μπορούσα να γράψω πολλά ακόμη για το μαύρο, το χρώμα που ντύνει κάθε γυναίκα και της δίνει αυτοπεποίθηση τη στιγμή που τη χρειάζεται περισσότερο, αλλά θα αφήσω τα brands να μιλήσουν με τις νέες τους συλλογές.

Το μαύρο είναι το νέο μαύρο και δε μπορώ παρά να νιώσω αγνή, καθαρή χαρά που η «αδυναμία» μου είναι πιο in από ποτέ.

2

Δερμάτινη τσάντα
Bottega Veneta



ΤΟ ΜΑΥΡΟ
ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΝΕΟ
ΜΑΥΡΟ

5



Vinyl σύνολο
Chanel

3



Shiny κολάν
Calzedonia

4



Sneakers
Chuck Taylor
All Star
Converse

7



Oversized τζιν
πουκάμισο
Funky Buddha

6



Φούστα τουίντ
Tommy Hilfiger

8



Σουέτ Μαύρες Μπότες
Pedro Garcia

9



Backpack Tess
Plein Sport

STRAWBERRY – YOGURT

SHOWER GEL 🍓 HAIR & BODY MIST 🍓 BODY YOGURT



www.messinianspa.gr




messinian
spa

ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ ΣΕ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΣΗΜΕΙΑ

Νιασιναμίδη Βιταμίνη C;

ΟΣΑ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΝΑ ΞΕΡΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΙΟ ΗΟΤ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΧΡΟΝΙΑΣ

Της Ζένιας Πιττακή

Ακούς συχνά για προϊόντα με νιασιναμίδη ή βιταμίνη C αλλά ξέρεις πώς μεταφράζεται αυτό για την επιδερμίδα σου και ποια προϊόντα πρέπει να επιλέξεις; Η νιασιναμίδη είναι μια υδατοδιαλυτή μορφή της βιταμίνης Β3 με αντιρυτιδικές αλλά και αντιοξειδωτικές ιδιότητες. Χαρίζει λάμψη, βελτιώνει τις πανάδες και τις δυσχρωμίες ενώ ταυτόχρονα ενυδατώνει και λειαίνει τις λεπτές γραμμές. Η τοπική εφαρμογή της συμβάλλει στη ρύθμιση της λιπαρότητας, ενώ αξίζει να αναφέρουμε ότι συνδυάζεται πολύ καλά και με άλλα ενεργά συστατικά.

Από την άλλη, κλινικές μελέτες επιβεβαιώνουν ότι η βιταμίνη C βελτιώνει τις ρυτίδες - με καθημερινή χρήση στο δέρμα για τουλάχιστον τρεις μήνες βελτιώνει την εμφάνιση έντονων και μη ρυτίδων σε πρόσωπο και λαιμό. Η βιταμίνη C σε συνδυασμό με άλλα συστατικά όπως η βιταμίνη E και το φερουλικό οξύ μπορεί να αναστρέψει τις επιπτώσεις της μακροχρόνιας έκθεσης στον ήλιο και τις βλάβες στην επιδερμίδα από τις υπεριώδεις ακτίνες. Ακόμη, μειώνει την εμφάνιση μαύρων κηλίδων και βοηθάει στον έλεγχο παραγωγής του σμήγματος.



APIVITA BEEVINE ELIXIR SERUM

Ένα λεπτόρρευστο, συμπυκνωμένο ελιξίριο που γεμίζει τις ρυτίδες σε αριθμό, επιφάνεια και βάθος, συσφίγγει την επιδερμίδα και τονώνει την ελαστικότητά της, ενώ ταυτόχρονα ανορθώνει το περίγραμμα του προσώπου χάρη στο PROPOLIFT Complex και στο φυτικό κολλαγόνο. Ενυδατώνει και αφήνει την επιδερμίδα πιο γεμάτη χάρη στο υαλουρονικό οξύ και χαρίζει λάμψη και φωτεινότητα χάρη στη Νιασιναμίδη 5%.

LA ROCHE - POSAY PURE NIACINAMIDE 10 SERUM

Η La Roche - Posay προσφέρει την απόλυτη λύση με 10% Καθαρή Νιασιναμίδη, για υψηλή, κλινικώς αποδεδειγμένη αποτελεσματικότητα αλλά και υψηλή ανοχή, ακόμα και για το ευαίσθητο δέρμα. Το Pure Niacinamide 10 Serum έχει δοκιμαστεί υπό δερματολογικό έλεγχο σε κάθε τόνο και τύπο δέρματος, συμπεριλαμβανομένων των σκούρων κηλίδων και των σημαδιών ακμής. Είναι κατάλληλο για πρόσωπο, λαιμό και χέρια και διορθώνει ορατά τις κηλίδες και τα σημάδια από την πρώτη εβδομάδα, ενώ προλαμβάνει την επανεμφάνισή τους σε βάθος χρόνου.



Νιασιναμίδη Βιταμίνη C;



VICHY CAPITAL SOLEIL UV-AGE DAILY

Το UV-AGE DAILY παρέχει προστασία UVB SPF50+ και UVA PF46 προλαμβάνοντας τη φωτογήρανση και διορθώνοντας τα ήδη υπάρχοντα σημάδια φωτογήρανσης, συμπεριλαμβανομένων των κηλίδων. Χάρη στη δύναμη της τεχνολογίας Netlock και των αντιγηραντικών ενεργών συστατικών, η εξαιρετικά ανάλαφρη, υδάτινη υφή του σχηματίζει ένα φιλμ προηγμένης προστασίας UV με σόρατο φινίρισμα χωρίς λευκά υπολείμματα. Συγχρόνως, η Νιασιναμίδη που περιέχει δρα κατά των κηλίδων, τα πεπτιδία «γεμίζουν» την επιδερμίδα, τα κλάσματα προβιοτικών & το Ιαματικό Ηφαιστειακό Νερό Vichy ενδυναμώνουν τον επιδερμικό φραγμό.



L'OREAL REVITALIFT CLINICAL

Γελ καθαρισμού με βιταμίνη C και σαλικυλικό οξύ που μειώνει τους πόρους, λειαίνει την επιδερμίδα και της χαρίζει λάμψη. Ορατά αποτελέσματα μετά από μόλις μία χρήση: η επιδερμίδα είναι καθαρή με αίσθημα απαλότητας και άνεσης, με πιο λεία υφή, πιο λαμπερή όψη και με πόρους που δείχνουν συσφιγμένοι και καθαροί.



THE BODY SHOP VITAMIN C GLOW BOOSTING MOISTURISER ΚΑΙ CLEANSING POLISH

Η θαμπή επιδερμίδα, που δείχνει κουρασμένη και άτονη, ενεργοποιείται με το καθαριστικό προσώπου Vitamin C Glow Cleansing Polish και την ενυδατική κρέμα Vitamin C Glow Boosting Moisturiser. Χάρη στη βιταμίνη C που περιέχουν, ενεργοποιούν άμεσα και τονώνουν τη φυσική λάμψη της επιδερμίδας, αφήνοντάς την αισθητά ενυδατωμένη, αναζωογονημένη και εμφανώς πιο φωτεινή και δροσερή.



DARPHIN RADIANCE BOOSTING CAPSULES WITH PRO-VITAMIN C & E

Αυτό το ισχυρό συμπύκνωμα ελαίου έχει σχεδιαστεί για να φωτίζει άμεσα την επιδερμίδα και να μειώσει την εμφάνιση λεπτών γραμμών. Με 84% συστατικά φυσικής προέλευσης*, αυτή η φόρμουλα συμβάλλει στη θρέψη της επιδερμίδας Η προ-βιταμίνη C βοηθά στην ορατή λείανση των ρυτίδων, ενώ η προ-βιταμίνη E συμβάλλει στην προστασία του δερματικού φραγμού από τους περιβαλλοντικούς επιθετικούς παράγοντες.



GARNIER VITAMIN C EYE CREAM

Η πρώτη κρέμα ματιών της Garnier, με βιταμίνη C, 4% νιασιναμίδη, καφεΐνη και banana powder, η οποία υπόσχεται να δώσει λύση στα κουρασμένα μάτια. Μειώνει τα σημάδια κόπωσης και είναι κλινικά αποδεδειγμένη ότι φωτίζει τους μαύρους κύκλους μέσα σε μόλις δύο εβδομάδες, ενώ είναι κατάλληλη για όλες τις αποχρώσεις της επιδερμίδας.

intimissimi

Italian lingerie



This Is Me Now Collection Jennifer Lopez FW23

Προσφέροντας μια σειρά από στυλ και χρώματα, η capsule συλλογή που υπογράφει για την Intimissimi η JLo, φιλοδοξεί να αγκαλιάσει και να αναδείξει τη μοναδική ομορφιά της κάθε γυναίκας.

INTIMISSION.COM

Η ΔΙΑΓΑΛΑΞΙΑΚΗ ΜΑΤΙΑ

Το makeup trend που θα σε κάνει να... λάμπεις

Της Ζένας Πιπτακή

Από τη μία οι επαγγελματίες make up artists μας μιλούν για no makeup makeup και από την άλλη δημιουργούν iconic looks με τις τελευταίες τάσεις της μόδας, οι οποίες μόνο «ήσυχες» δεν είναι. Από το holographic στο donut glaze και από το mermaidcore στο chrome, φαίνεται πως η λάμψη έχει έρθει για να μείνει και τα metallics έχουν βρει νέους τρόπους να «τριπώσουν» στην καθημερινότητά μας. Εκτός από τα νύχια, η λάμψη μεταφέρεται στο πρόσωπο και δε μιλάμε μόνο για τα Χριστούγεννα που όλες συνθηζουμε μια έξτρα δόση glam στο μακιγιάζ μας.

Μεταλλικά highlighters «προσγειώνονται» αυθάρδικα στα ζυγωματικά και οι μεταλλικές σκιές «χώνονται» στις εσωτερικές γωνίες των άνω (και κάτω) βλεφάρων. Το είδαμε στις πασαρέλες των Ferragamo, Blumarine και Rick Owens, το είδαμε στη Renaissance World Tour της Beyonce, στις εμφανίσεις της Katy Perry, Kelly Rowland και των Kardashian-Jenner γενικώς. Οι ματιές γίνονται διαγαλαξιακές και οι μεταλλικές αποχρώσεις απενοχοποιούνται από τις casual εμφανίσεις. Ούτε λίγο ούτε πολύ, οι κόσμοι της μόδας και της ομορφιάς συντάσσονται για να σου αποδείξουν ότι δεν χρειάζεσαι ειδικές περιστάσεις για να λάμπεις. Το μόνο που χρειάζεσαι είναι αυτοπεποίθηση και λίγα metallics.

Μικρό tip

Το chrome makeup δεν χρειάζεται να είναι τέλειο. Όσο πιο messy τόσο το καλύτερο. Αν θέλεις ένα ενδιαφέρον μακιγιάζ χωρίς να αφιερώσεις πολύ χρόνο σε αυτό, το βρήκες.

Η ΔΙΑΓΑΛΛΕΙΑΚΗ ΜΑΤΙΑ



CATRICE - ICONAILS GEL LACQUERS

Τα CATRICE ICONails Gel Lacquers είναι εμπλουτισμένα με έλαιο acai, το οποίο παρέχει φροντίδα περιποίησης για φυσικά νύχια σε συνδυασμό με το έντονο χρώμα. Η νέα σύνθεση εξασφαλίζει τέλειο gel λάμψης και μέγιστη ανθεκτικότητα αφού χάρη στην τεχνολογία GLOSS SEAL'RTM, τα γυαλιστικά νυχιών προσφέρουν ένα εντυπωσιακό γυαλιστερό αποτέλεσμα που διαρκεί ακόμα και χωρίς top coat.



CATRICE - METAFACE HIGHLIGHTER FACE GLAZE POT

Η ελαφριά υγρή υφή του νέου METAFACE Highlighter Face Glaze Pot ταιριάζει σε οποιονδήποτε τόνο επιδερμίδας και προσφέρει ένα λαμπερό αποτέλεσμα με ολογραφικό αποτέλεσμα χάρη στις χρωστικές γκλίτες που αντανακλούν το φως.



KYLIE COSMETICS - KYLLIGHTER ILLUMINATING POWDER

Η απίστευτη υφή της αναμειγνύεται εύκολα και είναι ελαφριά και απαλή στο δέρμα. Λεία Illuminating πούδρα χωρίς ταλκ, με εξαιρετικά ιριδίζοντα μαργαριτάρια που εφαρμόζεται ομαλά για ένα λαμπερό φινίρισμα. Είναι vegan και διαθέτει μια αποκλειστική τεχνολογία gel σε πούδρα που ενισχύεται με σωματίδια shimmer.



SHISEIDO - SKIN GLOW FOUNDATION

Το Revitallescence Glow Foundation, μεσαίας έως προσαρμόσιμης κάλυψης, φροντίζει την επιδερμίδα σας ακόμα και μετά την αφαίρεση του. Με υψηλή περιεκτικότητα σε συστατικά περιποίησης της επιδερμίδας, υπόσχεται ότι σε μόλις μία εβδομάδα εφαρμογής, η επιδερμίδα είναι πιο λεία και φωτεινή, ενυδατωμένη, με ορατά μειωμένες λεπτές γραμμές και ατέλειες. Διαρκεί όλη μέρα και συμβάλει στην διατήρηση του υγιούς μικροβιώματος της

επιδερμίδας και την ενδυνάμωση του επιδερμικού φραγμού, καθώς περιέχει τα προβιοτικά Fermented Kefir+ και Niacinamide. Έχει μεταξένια και ελαφριά αίσθηση, που θυμίζει serum και απλώνεται στην επιδερμίδα χαρίζοντας ένα φυσικό αποτέλεσμα υγιούς λάμψης.



ESSENCE - DISNEY MICKEY AND FRIENDS

Παλέτα σκιών για τα μάτια, εμπνευσμένη από το Disney Mickey and Friends. Τα χαριτωμένα σχέδια είναι εμπνευσμένα από τον Mickey και τη Minnie Mouse, τη Daisy και τον Donald Duck, καθώς και τον Pluto. Μεγάλης διάρκειας ματ μέχρι μεταλλικά φινιρίσματα, που αναμειγνύονται εύκολα και προσφέρουν ποικιλία.



Χάρης

ΜΑΚΡΑΚΟΥ

COMMUNICATION SPECIALIST
FOUNDER COMMUNICATION STUDIO, BOUTIQUE COMMUNICATIONS AGENCY

Πως μπορούμε να αξιοποιήσουμε τη δύναμη του ChatGPT στις στρατηγικές που αναπτύσσουμε στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Η διαχείριση των Κοινωνικών Μέσων είναι μια πολύ χρονοβόρα διαδικασία. Από τη δημιουργία περιεχομένου έως τη σύνταξη των captions (κειμένων), την αλληλεπίδραση με τους followers και τη μέτρηση των analytics, όλοι όσοι διαχειρίζονται SoMe λογαριασμούς brands, καλούνται να οργανώνουν αποτελεσματικές στρατηγικές για την ανάπτυξη τους. Και τότε, έρχεται η τεχνητή νοημοσύνη. Με καινοτόμες τεχνολογίες όπως το ChatGPT και το Starry AI, πολλοί αναρωτιούνται πώς μπορεί η τεχνητή νοημοσύνη να ενσωματωθεί στα SoMe. Όχι δύσκολα, λέμε εμείς και εδώ παρουσιάζουμε πως με τη χρήση τους μπορεί να ενισχύσει την ψηφιακή σας παρουσία.

Δημιουργεί Ιδέες για Φρέσκο Περιεχόμενο

Όπως συμβαίνει αρκετές φορές σε δημιουργικά στελέχη, έτσι και σε διαχειριστές λογαριασμών SoMe υπάρχει πάντα η πιθανότητα να δυσκολεύονται κατά διαστήματα να βρискουν νέες ιδέες που θα καθιστά το περιεχόμενο των λογαριασμών τους ενδιαφέρον. Εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης όπως το ChatGPT μπορούν να προσφέρουν ιδιαίτερα ελκυστικά θέματα και ιδέες για δημιουργία περιεχομένου. Με εντολές όπως "[πλατφόρμα κοινωνικών μέσων] ιδέες περιεχομένου για μια σελίδα σχετικά με το [θέμα]" ή δημιουργία ιδεών περιεχομένου για [πλατφόρμα] για ένα brand που προσφέρει [υπηρεσία / προϊόν] για να προσελκύσει [κοινό]" μπορεί να είναι μια εξαιρετική αρχή για τη δημιουργία λίστας ιδεών. Όσο πιο περιγραφική και συγκεκριμένη είναι η εντολή, τόσο πιο συγκεκριμένες και στοχευμένες θα είναι οι ιδέες.

Ανάλυση του Ανταγωνισμού

Πολλές φορές, η αξιολόγηση των ανταγωνιστών ενός brand και η έρευνα για το τι λειτουργεί για αυτούς είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να βελτιώσετε τις στρατηγικές σας. Ωστόσο, στον κόσμο των SoMe μπορεί να είναι δύσκολο να περιορίσετε τους ανταγωνιστές σας και να έχετε την καλύτερη ανάλυση. Με το ChatGPT, μπορείτε να δημιουργήσετε γρήγορα μια λίστα από παρόμοια brands και να τα κατατάξετε βάσει της υψηλότερης απήχησης που έχουν στο Instagram. Με αυτόν τον τρόπο θα ανακαλύψετε τους κορυφαίους ανταγωνιστές σας και ποιος έχει την καλύτερη εικόνα στα SoMe.

Συγγραφή Caption (Κειμένου)

Ίσως η πιο προφανής χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η συγγραφή κειμένων. Αν και έχουν πολύ σημαντικό ρόλο στη στρατηγική, τα κείμενα μπορεί να αποδειχτούν πως είναι συχνά κουραστικά και χρονοβόρα στην παραγωγή τους. Τα εργαλεία AI μπορούν να σας βοηθήσουν να δημιουργήσετε μια βασική ιδέα για κείμενο. Και πάλι, το κλειδί εδώ είναι να είστε όσο το δυνατόν πιο συγκεκριμένοι στις εντολές που θα δώσετε και να χρησιμοποιήσετε τις απαντήσεις που θα σας δοθούν ως υλικό που μπορείτε να διαμορφώσετε και να τελειοποιήσετε. Μερικές καλές προτροπές στο για να ξεκινήσετε ChatGPT θα μπορούσαν να είναι:

- "Μπορείτε να προτείνετε ένα κείμενο [επίθετο] και ακόμα ένα [επίθετο] για την ανάρτησή μου [πλατφόρμα] σχετικά με το [θέμα];"
- "Μπορείτε να προτείνετε κείμενα που θα παρακινήσουν τους followers μου να κάνουν κλικ στον σύνδεσμο του ιστότοπού του brand;"
- «Γράψτε ένα κείμενο που θα υπογραμμίζει τη μοναδική αξία του προϊόντος [xxxxxx του brand] και αναφέρετε συγκεκριμένα παραδείγματα για το πώς βελτιώνει τη ζωή ενός χρήστη».

Στη σημερινή ψηφιακή εποχή, η μη χρήση της τεχνολογίας που έχουμε στη διάθεσή μας μπορεί να αφήσει εμάς και τους πελάτες μας πίσω. Σίγουρα η τεχνητή νοημοσύνη δεν μπορεί να αντικαταστήσει έναν καλό διαχειριστή κοινωνικών μέσων, μπορεί όμως να βοηθήσει στη βελτίωση της λειτουργίας και της αποτελεσματικότητας στη δουλειά μας. Η υιοθέτηση εργαλείων όπως το ChatGPT στη στρατηγική στα SoMe μπορεί να είναι μια τεράστια ευκαιρία για ένα brand.

Περισσότερες πληροφορίες

www.communicationstudio.gr

[Communication Studio \(@communicationstudio\)](https://www.instagram.com/communicationstudio)

Summary

Η Χάρης διαθέτει 20ετή εμπειρία στον κλάδο των δημοσίων σχέσεων και του marketing και είναι το πρόσωπο πίσω από το boutique γραφείο Δημοσίων Σχέσεων Communication Studio. Απόφοιτη του School of Business and Economics του Deree - The American College of Greece, έχει εργαστεί στους τομείς Marketing και Δημοσίων Σχέσεων σε ελληνικές και πολυεθνικές εταιρείες. Από το 2010 είναι ιδιοκτήτρια της εταιρείας Communication Studio, ενός boutique, communications agency.

Εκδότης-Διευθυντής

Κώστας Νόσσης

Διεύθυνση

Ειρήνη Νόσση

Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

Σύνταξη:

Έλενα Αλεξίου, Κωνσταντίνος Καβαλάρης,

Πέτρος Κυπραίος, Δήμητρα Μήτκα,

Θεοδώρα Νικολοπούλου, Αγγελική Νόσση,

Βαρβάρα Ντέντη, Ελένη Σαραντάκη, Δημήτρης Σκιάννης

Διαφήμιση: Έλλη Μαστρομανώλη

Υπεύθυνη Παραγωγής: Ελένη Καππιάκη

Δtp: Γιάννης Ζούμπας, Νίκος Χαλκιαδάκης

Λογιστήριο: Ανδρέας Λουλάκης

Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press

Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,

Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS