

Δήμητρα Ψαρούλια

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

“Είσαι το μήνυμά σου”

Focus
ON TOP

WOMEN IN

Highlights



TINA ΜΙΧΑΗΛΙΔΟΥ

FOUNDER GR8 COMMUNICATION



ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ ΜΙΛΙΑΔΗ

BUSINESS DEVELOPMENT
ASSOCIATE EMPIST



ΜΑΡΙΑ ΤΣΑΤΣΑΚΗ

MOBILE BUSINESS GROUP
MOTOROLA MOBILITY,
A LENOVO COMPANY



**ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ
ΚΑΦΟΠΟΥΛΟΥ**

MARKETING &
COMMUNICATIONS
SPECIALIST ΣΤΗΝ
ΕΛΜHSystems

Hot Topics



✓ **Η Κωνσταντίνα Καφοπούλου αναλαμβάνει Marketing & Communications Specialist στην ΕΛΜHSystems**

Η Κωνσταντίνα Καφοπούλου αναλαμβάνει καθήκοντα **Marketing & Communications Specialist** στην ΕΛΜHSystems. Διαθέτοντας σημαντική εμπειρία στον κλάδο της Τεχνολογίας, θα έχει την ευθύνη του σχεδιασμού και της υλοποίησης στρατηγικών που θα ενισχύσουν το Brand της ΕΛΜHSystems. Η ένταξή της πραγματοποιείται σε μια περίοδο ανάπτυξης για την ΕΛΜHSystems, σηματοδοτώντας την έναρξη οργανωμένων δράσεων Marketing και Επικοινωνίας που θα αναδείξουν περαιτέρω τις καινοτόμες λύσεις της εταιρείας.

Ο **Νίκος Κουτρούπης, Commercial Director** της εταιρείας, δήλωσε: "Είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι που καλωσορίζουμε την Κωνσταντίνα στην Ομάδα μας. Η εμπειρία και η δημιουργικότητά της στον τομέα της επικοινωνίας θα συμβάλλουν καθοριστικά στην υλοποίηση του Οράματός μας για μια ισχυρή εταιρική ταυτότητα."

✓ **Η Άντζελα Μουμούρη στην Elvida Foods**

Στην ομάδα της Elvida Foods εντάσσεται η **Άντζελα Μουμούρη**, αναλαμβάνοντας τη θέση της Marketing & Communications Manager. Προέρχεται από τη Gefsinus, όπου εργάστηκε για τέσσερα χρόνια ως Marketing Manager, ενώ στο παρελθόν έχει συνεργαστεί με τις Food Plus SA και Gregory's Food Service Group SA, αποκτώντας πολυετή εμπειρία στον χώρο της εστίασης και του marketing.

✓ **Η Βίκυ Συμιακάκη στην Karenta**

Τη θέση της Head of Communications στην Karenta ανέλαβε η **Βίκυ Συμιακάκη**. Προέρχεται από τη Spanos SA, όπου εκτελούσε καθήκοντα Marketing Manager, ενώ στο παρελθόν έχει εργαστεί ως Marketing Executive στην ΕΚΚΑ Cars και στο e-shop.gr, αποκτώντας σημαντική εμπειρία στον κλάδο του marketing και της επικοινωνίας.

✓ **850.000 ευρώ για το Vivian Lab της Τζίνas Τριακίδου**

Το **Vivian Lab** συγκέντρωσε **€850.000** σε ένα νέο γύρο χρηματοδότησης, με επικεφαλής την **Eleven VC** και με τη συμμετοχή επενδυτών από την **FRC Capital**, φτάνοντας το **συνολικό ύψος επενδύσεων στα €1,15 εκατ.** μέσα σε έναν χρόνο. Αυτή η επένδυση θα επιταχύνει τη δημιουργία προηγμένων λύσεων ψηφιακής υγείας, συμπεριλαμβανομένου του πρώτου βιοδείκτη για την πρόβλεψη της βαρύτητας των συμπτωμάτων κατά την εμμηνοπαυση. Η εταιρεία ιδρύθηκε από τη Τζίνα Τριακίδου και αποτελείται από μια αμιγώς γυναικεία ομάδα, που συνδυάζει εμπειρία στην τεχνολογία, την ιατρική και το μετασχηματισμό του ανθρώπινου δυναμικού.

Η Κυβερνοασφάλεια Χρειάζεται Περισσότερες Γυναίκες - Και η Ελλάδα Δεν Αποτελεί Εξαίρεση

Καθώς η ελληνική κοινωνία και οικονομία επιταχύνουν τον ψηφιακό τους μετασχηματισμό, η απειλή του κυβερνοεγκλήματος αυξάνεται. Οι κυβερνοεπιθέσεις πλήττουν επιχειρήσεις, οργανισμούς και πολίτες, προκαλώντας οικονομικές και κοινωνικές απώλειες. Την ίδια στιγμή, η έλλειψη εξειδικευμένων επαγγελματιών στην κυβερνοασφάλεια γίνεται ολοένα και πιο αισθητή. Η ζήτηση για ειδικούς ξεπερνά την προσφορά, δημιουργώντας κενό που υπονομεύει την ανθεκτικότητα της χώρας απέναντι στις ψηφιακές απειλές.

Μια από τις μεγαλύτερες χαμένες ευκαιρίες είναι η χαμηλή συμμετοχή των γυναικών στον χώρο. Αν και οι γυναίκες αποτελούν σημαντικό ποσοστό αποφοίτων σε επιστήμες και τεχνολογία, η παρουσία τους στην κυβερνοασφάλεια παραμένει μικρή. Αυτό δεν οφείλεται αποκλειστικά στην έλλειψη πρόσβασης στην εκπαίδευση -πολλές νέες γυναίκες έχουν πλέον τη δυνατότητα να σπουδάσουν σχετικούς τομείς- αλλά σε κοινωνικά και πολιτισμικά εμπόδια: στερεότυπα, προκαταλήψεις στην εργασία, άνιση αμοιβή και περιορισμένη ορατότητα γυναικείων προτύπων.

Η Ελλάδα έχει την ευκαιρία να κλείσει αυτό το χάσμα. Απαιτείται μια ολιστική στρατηγική: έγκαιρη επαφή των κοριτσιών με STEM από το σχολείο, προγράμματα πρακτικής άσκησης ειδικά σχεδιασμένα για γυναίκες, ίσες αμοιβές και ευέλικτες συνθήκες εργασίας για να αποφευχθεί η «διαρροή» ταλάντων, καθώς και δίκτυα μέντορινγκ που θα ενθαρρύνουν την επαγγελματική ανέλιξη.

Η ενδυνάμωση των γυναικών στην κυβερνοασφάλεια δεν είναι μόνο ζήτημα ισότητας· είναι ζήτημα εθνικής ασφάλειας και οικονομικής ανάπτυξης. Κάθε γυναίκα που εισέρχεται και εξελίσσεται στον κλάδο ενισχύει τη συλλογική ικανότητα της χώρας να αμύνεται στον κυβερνοχώρο και προσφέρει νέα προοπτική και καινοτομία.

Η Ελλάδα δεν μπορεί να αντέξει να αφήσει αναξιοποίητο το μισό της ταλέντο. Τώρα είναι η στιγμή να επενδύσουμε σε μια πιο ισότιμη, πιο ανθεκτική ψηφιακή κοινωνία.



ESTÉE LAUDER COMPANIES
BREAST CANCER CAMPAIGN

Η Ομορφιά μας Ενώνει στον Αγώνα Κατά του Καρκίνου του Μαστού



**Η Estée Lauder Hellas
θα προσφέρει το 1% του συνόλου των πωλήσεων λιανικής
όλων των μαρκών του Ομίλου Estée Lauder Companies,
για τον μήνα Οκτώβριο, στην Ελληνική Αντικαρκινική Εταιρεία,
ενισχύοντας ακόμα περισσότερο το έργο της.**

#TimeToEndBreastCancer

ESTÉE LAUDER

LA MER

AVEDA

MAC

DARPHIN
PARIS

ORIGINS

CLINIQUE

Kilian
PARIS

Dr.Jart+
SKIN. SCIENCE. ART.

TOM FORD BEAUTY

BOBBI BROWN

Bb.
Bumble and bumble

JO MALONE
LONDON

EDITIONS DE PARFUMS
FREDERIC MALLE

LE LABO
GRASSE - NEW YORK

Μάθετε περισσότερα:
ELCompanies.com/BreastCancerCampaign

Η παρούσα ενέργεια αφορά αποκλειστικά τα εξουσιοδοτημένα σημεία πώλησης που φέρουν τη σχετική σήμανση.

Δήμητρα Ψαχούλια

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η Δήμητρα Ψαχούλια ανήκει σε εκείνη τη σπάνια κατηγορία επαγγελματιών που δεν «διαχειρίζονται» απλώς την επικοινωνία - τη νοηματοδοτούν. Με πολυετή πορεία στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, έχει μετατρέψει τη στρατηγική επικοινωνία σε πεδίο ουσιαστικής επιρροής, όπου η συνέπεια, η ακρίβεια και η αυθεντικότητα συνθέτουν το πιο πειστικό μήνυμα. Πίσω από κάθε δημόσιο προφίλ που «αναπνέει» αλήθεια και σταθερότητα, πίσω από κάθε ομιλία που πείθει χωρίς να κραυγάζει, βρίσκεται η δική της προσέγγιση: ξεκινά πάντα από το γιατί και χτίζει γύρω του ένα αφήγημα με ρυθμό, ευθύνη και καθαρό προορισμό. Για εκείνη, «Είσαι το μήνυμά σου» δεν είναι ρητορικό σχήμα· είναι φιλοσοφία ζωής.

Εξειδικευμένη στη δημιουργία και ενίσχυση δημόσιου προφίλ στελεχών, πολιτικών και CEOs, σχεδιάζει και υλοποιεί στρατηγικές επικοινωνίας που δεν επιδιώκουν απλώς το “viral”, αλλά την αξιοπιστία που αντέχει στον χρόνο. Με έμφαση στη γλώσσα του σώματος, στη φωνή, στις παύσεις, στη διαχείριση κρίσεων και στη δύναμη του αυθεντικού storytelling, εκπαιδεύει ανθρώπους να μην «παρουσιάζουν» το μήνυμά τους - αλλά να το ενσαρκώνουν.

Η ίδια πιστεύει ότι η ηγεσία αρχίζει εκεί που τελειώνει η προσποίηση· ότι η ψυχραιμία είναι μορφή δύναμης, και ότι η επιρροή δεν γεννιέται από τον θόρυβο, αλλά από τη συνέπεια. Σε έναν κόσμο που αλλάζει ρυθμούς και πλατφόρμες, η Δήμητρα Ψαχούλια παραμένει σταθερή στον πυρήνα της αποστολής της: να βοηθά ανθρώπους και οργανισμούς να επικοινωνούν με αλήθεια, ευθύνη και στρατηγική διαύγεια - γιατί τελικά, κάθε ισχυρή φωνή ξεκινά από έναν καθαρό σκοπό.



“Είσαι το μήνυμά σου”



Έχεις πει «Είμαι το μήνυμά σου». Πώς μεταφράζεται αυτό όταν χτίζεις το δημόσιο προφίλ ενός/μιας CEO ή υποψηφίου/ας;

Είσαι το μήνυμά σου» σημαίνει ότι πριν μιλήσεις, ήδη «μιλάς». Ο ρυθμός της φωνής σου, ο τρόπος που περπατάς, που ακούς τον συνομιλητή, που απαντάς στις δύσκολες ερωτήσεις - όλα συνθέτουν ένα συνεχές μήνυμα. Στην πράξη, ξεκινώ πάντα από το γιατί, από τον πυρήνα της αποστολής και της ευθύνης του προσώπου, και χτίζω γύρω του μια ιστορία με σαφή προσορισμό. Δεν με ενδιαφέρουν οι ρητορικές «πτήσεις» που δεν προσγειώνονται σε πράξη· με ενδιαφέρει η συνέπεια ανάμεσα σε λόγια και έργα.

Η δική μου θεώρηση είναι ότι ο ηγέτης -είτε είναι πολιτικός είτε CEO- θα πρέπει να μιλά για τα αυτιά και όχι για τα μάτια, να τοποθετεί την πραγματικότητα πριν από την επιθυμία, να επιλέγει ένα σταθερό λεκτικό ύφος που καθρεφτίζει τον χαρακτήρα του και όχι τις παροδικές μόδες.

Από εκεί και πέρα, η παρουσία και η προσωπικότητα γίνεται μέρος της στρατηγικής: ρυθμός φωνής, καθαρή άρθρωση, ενσυνειδητές παύσεις, διαχείριση σώματος και βλέμματος. Όλα αυτά δεν είναι «τεχνικά», είναι η πιο ειλικρινής προβολή του ποιος είσαι. Το μεγαλύτερο θαύμα συμβαίνει όταν ο/η ηγέτης παύει να «υποδύεται» ένα μήνυμα και γίνεται το μήνυμα: ακούει ουσιαστικά, δεν φοβάται τις σιωπές, παραδέχεται κενά και μιλά με στοιχεία. Εκεί αρχίζει η επιρροή.

Στο public speaking μιλάς για εξωλεκτική προετοιμασία. Ποια είναι τα 3 συχνότερα «αόρατα» λάθη που ρίχνουν μια ομιλία - και πώς διορθώνονται;

Το πρώτο είναι ο λάθος ρυθμός. Πολλοί μιλούν τόσο γρήγορα που ο εγκέφαλος του ακροατή δεν προλαβαίνει να κωδικοποιήσει, ή τόσο αργά που το κοινό κουράζεται και βαριέται. Δουλεύω την αναπνοή ως εργαλείο και βάζω συνειδητές παύσεις εκεί που αλλάζει ιδέα, ο τόνος ή το συναίσθημα. Το δεύτερο είναι οι ομιλίες που γράφονται για τα μάτια και όχι για τα αυτιά. Κυλάει τέλεια στο χαρτί, αλλά δεν ακούγεται φυσικά. Δουλεύουμε σε φωνητική γραφή: σύντομες φράσεις, ένα νόημα ανά πρόταση, τα ρήματα αποκτούν δυναμική.

Φυσικά η δοκιμή out loud πάντα είναι κανόνας. Πρόβες. Πρόβες. Πρόβες.

Το τρίτο είναι το λάθος «ζύγισμα» κοινού. Άλλο να μιλάς σε ειδικούς, άλλο σε ευρύ κοινό. Ζητώ πάντα να γνωρίζω τι ήδη ξέρουν, τι θέλουν να μάθουν και τι φοβούνται. Οι τεχνικοί όροι επιτρέπονται, αρκεί στην πρώτη αναφορά να συνοδεύονται από μια καθαρή αποσαφήνιση, τόσο απλή ώστε να χωρά σε μία πρόταση.

Στις προεκλογικές καμπάνιες, ποιο είναι το σημείο καμπής όπου μια στρατηγική από «σωστή» γίνεται «νικηφόρα»; Ένα παράδειγμα χωρίς ονόματα;

Όταν μειώνονται δραστικά τα λάθη που γεννά η ανασφάλεια. Η «σωστή» στρατηγική μπορεί να υπάρχει στα χαρτιά. Γίνεται «νικηφόρα» όμως όταν ο/η υποψήφιος/α σταματά να αντιδρά νευρικά - δεν κυνηγά κάθε μικρο-θύελλα, δεν ακυρώνει επισκέψεις επειδή βγήκε ένα σχόλιο στο διαδίκτυο. Το «μέταλλο» του/της ηγέτη φαίνεται στην ηρεμία, τη συνέπεια και την ανθεκτικότητα. Θυμάμαι προεκλογική εβδομάδα όπου αντί να παρασυρθούμε από το θόρυβο, εστιάσαμε σε τρεις θεματικούς πυλώνες, προετοιμάσαμε μεθοδικά τις δύσκολες ερωτήσεις, σχεδιάσαμε δύο επικοινωνιακές ιδέες που εξηγούσαν τις θέσεις μας καλύτερα και επιμείναμε στη σταθερότητα των διατυπώσεων. Κερδίσαμε επειδή επαναλάβαμε τα ίδια μηνύματα καθαρότερα και ψυχραιμότερα.

Στο media training των τελευταίων 24 ωρών πριν από on-air εμφάνιση, τι checklists χρησιμοποιείς;

Τις τελευταίες 24 ώρες ευθυγραμμίζουμε πλαίσιο και στόχο. Θέλω να γνωρίζω το πιθανό headline, το μήνυμα που αξίζει να μείνει, και το πού ακριβώς εντάσσεται η τοποθέτηση στο μεγαλύτερο αφήγημα. Προβάρουμε τις δύσκολες ερωτήσεις, όχι μόνο τις αναμενόμενες αλλά και τις άβολες και τις δύσκολες. Προετοιμάζουμε και ελέγχουμε σώμα και φωνή στην κάμερα, από το κάδρο και τα χέρια μέχρι την κίνηση των ματιών. Τα τεχνικά δεν είναι «δευτερεύοντα»: μικρόφωνο, φώτα, ρούχα που δεν δημιουργούν οπτικές παραμορφώσεις, λίγο νερό. Και, πάνω απ' όλα, διαμορφώνουμε mindset. Ζητώ τρία λεπτά σιωπής πριν την εμφάνιση, βαθιές εκπνοές και ψυχραιμία «πριν τη μάχη». Δηλαδή ένα εσωτερικό «reset», ώστε να μην παρασύρει μια αστοχία ολόκληρη την παρουσία.

Viral vs. αξιόπιστο αφήγημα - Πώς ισορροπεί ένα brand ανάμεσα στην ποσότητα περιεχομένου και στην ποιότητα ιστοριών;

Το viral είναι η επιτάχυνση ενώ το αξιόπιστο αφήγημα είναι η κατεύθυνση και η πυξίδα. Ένα brand που κυνηγά αποκλειστικά

το viral καταλήγει να αλλάζει στρατηγική κάθε εβδομάδα για να προλαβαίνει τις τάσεις, ενώ ένα brand που μιλά μόνο «βαριά ή θεσμικά» χάνεται σε μια θάλασσα σύντομης προσοχής και αδιαφορίας. Η ισορροπία έρχεται όταν ακόμη και το πιο ευρηματικό βίντεο λειτουργεί ως γέφυρα πίσω στον κεντρικό άξονα, όταν κάθε περιεχόμενο, όσο ανάλαφρο κι αν φαίνεται, υπηρετεί την ίδια υπόσχεση. Θέλω λιγότερο θόρυβο και περισσότερη συνέπεια, θέλω μικρές ιστορίες που αντικαθιστούν τα μεγάλα λόγια, και θέλω ρυθμό δημοσίευσης που σέβεται την αντοχή του κοινού, όχι μηχανισμό που το εξαντλεί.

H Gen Z/Alpha που χαρακτηρίζεις «global, visual, independent» αλλάζει τους κανόνες. Τί πρέπει να αλλάξουν άμεσα οι ελληνικοί οργανισμοί;

Χρειάζεται γλώσσα οριζόντια και διαφανή, λιγότερο διοικητική και θεσμική και περισσότερο διαδραστική. Χρειάζεται οπτικοποίηση του μηνύματος (μικρά βίντεο explainers) διαγράμματα και επεξηγηματικά στοιχεία. Χρειάζεται συμμετοχή αντί για μονόλογο, διαδικασίες ανατροφοδότησης που δεν είναι προσχηματικές αλλά αλλάζουν πραγματικά αποφάσεις. Και χρειάζεται να φαίνεται το νόημα μέσα στο προϊόν και την υπηρεσία, όχι μόνο σε αποσπασματικές δράσεις κοινωνικής ευθύνης. Αυτή η γενιά δεν πείθεται από συνθήματα, πείθεται από την αίσθηση ότι την υπολογίζεις.

AI στην επικοινωνία - Πού βοηθά ουσιαστικά και πού γίνεται επικίνδυνο υποκατάστατο κρίσης;

Η τεχνητή νοημοσύνη είναι πολύτιμη όταν λειτουργεί ως επιταχυντής και ως «δεύτερο ζευγάρι μάτια», όχι ως αντικαταστάτης της ανθρώπινης κρίσης. Την αξιοποιώ όταν πρέπει να συμπυκνώσω χαοτικό υλικό και να το κάνω εργαλείο δράσης: από ένα έγγραφο 200 σελίδων μπορεί να μου επιστρέψει ένα καθαρό Q&A έγγραφο, με τη βασική πληροφορία. Μπορεί να λειτουργήσει ως σπουδαίος προπονητής προσομοίωσης: να «παίξει» τον δύσκολο δημοσιογράφο ή τον εχθρικό χρήστη, να παράγει εναλλακτικές γωνίες προσέγγισης, να προτείνει storyboards ή προτάσεις πλοκής για μικρά βίντεο, ή να δώσει γρήγορες οπτικές παραστάσεις που ξεμπλοκάρουν τη σκέψη της ομάδας προτού μπει ο σκηνοθέτης ή ο designer και το εξελίσουν σωστά. Ακόμη και στη μέτρηση, μπορεί να μας δώσει πρώιμες ενδείξεις για μετατόπιση sentiment και να προτείνει πειραματικά τεστ, ώστε να ξέρουμε πού αξίζει να επενδύσουμε ανθρώπινο χρόνο.

Γίνεται επικίνδυνη όταν της παραδίδουμε το τιμόνι της κρίσης και όταν μετατρέπεται σε υποκατάστατο της απόφασης για το ποια μάχη αξίζει, ποιο ρίσκο αναλαμβάνουμε, ποια σιωπή είναι προτιμότερη. Εκεί χρειάζεται ανθρώπινη ευθύνη. Στη δουλειά μου τη χρησιμοποιώ όπως θα χρησιμοποιούσα ένα έξυπνο, πειθαρχημένο εργαλείο: ποτέ δεν της αναθέτω την πυξίδα.

Crisis comms στην εποχή του TikTok: Ποιο είναι το «χρυσό 30λεπτο» και ποια είναι τα πρώτα 5 βήματα;

Το πρώτο μισάωρο είναι η στιγμή που κλειδώνεις την αξιοπιστία σου. Στήνω αμέσως ένα μικρό “command room” με έναν υπεύθυνο από επικοινωνία, έναν νομικό και τον επιχειρησιακό υπεύθυνο που έχει real-time εικόνα. Ζητώ χρονική σήμανση σε κάθε γεγονός, διασταύρωση από δύο ανεξάρτητες πηγές και ξεκάθαρη απόφαση για το τι μπορούμε



να πούμε τώρα χωρίς να παραπληροφορήσουμε. Η πρώτη δημόσια τοποθέτηση προηγείται του θορύβου: μια ανθρώπινη, ειλικρινής δήλωση που αναγνωρίζει τι συνέβη, φροντίζει πρώτα όσους επηρεάζονται, περιγράφει τι κάναμε ήδη και πότε θα επανέλθουμε με νέο στοιχείο. Το κανάλι επιλέγεται με βάση το πού «τρέχει» η ιστορία - αν το θέμα έχει προκύψει στο TikTok, μιλάμε εκεί με native μορφή, ενώ το πλήρες κείμενο ανεβαίνει στο site ως σημείο αναφοράς για τα media. Σε δεύτερο χρόνο ενεργοποιώ «τρίγωνο διαφάνειας»: σταθερό σημείο ενημέρωσης ανά 60-90 λεπτά, ζωντανό correction board για φήμες και οπτικά τεκμήρια. Ο φορέας του μηνύματος είναι πρόσωπο εμπιστοσύνης για το συγκεκριμένο ζήτημα -



κάποιες φορές ο τεχνικός ή ο γιατρός είναι πιο πειστικός από τον CEO. Το κριτήριο είναι ένα: ποιος μπορεί να δώσει καθαρά την αλήθεια την κρίσιμη στιγμή και να τη συνεχίσει με συνέπεια την επόμενη ώρα.

Ποια στιγμή καριέρας σε «ζόρισε» τόσο ώστε να οκεφτείς να αλλάξεις πορεία και τί σε κράτησε;

Η πιο δύσκολη στιγμή δεν ήταν τα πρώτα χρόνια. Ήρθε αργότερα, όταν σταμάτησα να «χωράω» παντού και άρχισα να θέτω καθαρά όρια. Τότε είδα με πλήρη διαύγεια ό,τι μέχρι τότε ανεχόμουν: κηδεμονικές συμπεριφορές, ανθρώπους που ζητούν υποτακτικούς χωρίς άποψη, αγένεια μεταμφιεσμένη σε «ειλικρίνεια». Με κράτησε όμως το ίδιο το νόημα της δουλειάς: να βοηθώ ανθρώπους να επικοινωνούν πιο αποτελεσματικά, να βλέπω οργανισμούς να δυναμώνουν το μήνυμά τους, να επιλύονται κρίσεις επειδή κάποιος μίλησε σωστά, στην ώρα του. Και με κράτησε μια υπόσχεση στον εαυτό μου: να προστατεύω την ενέργειά μου λέγοντας «όχι» νωρίτερα, να επιλέγω συνεργασίες που τιμούν την αμοιβαία εκτίμηση και να

φεύγω ακόμη κι όταν κοστίζει. Εκεί βρήκα ξανά την αντοχή και τον λόγο να συνεχίσω.

Ποια ιστορία (Βιβλίο/ταινία/ομιλία) σε άλλαξε ως storyteller;

Πολλές. Θα ξεχώριζα την ομιλία του Ομπάμα στο 2004 DNC που μου έδειξε πώς το μήνυμα της ελπίδας μπορεί να σταθεί πάνω σε πειθαρχία, πώς η σωστή αρχιτεκτονική λόγου και ακρίβειας εμπνέει, χωρίς ίχνος επιθετικότητας και λαϊκισμού. Το TED talk της Brené Brown που μιλά για την ευαλωτότητα ως δύναμη· και η “Μικρή Ζωή” της Hanaya Yanagihara που μιλά για το πόσο μακριά μπορεί να πάει η ανθρώπινη αντοχή. Όλα αυτά με δίδαξαν ότι η αλήθεια και η αυθεντικότητα σε πάνε πιο μακριά από οποιοδήποτε ρητορικό “τρικ”.

Ζεις την Αθήνα και την περπατάς. Πού «καταφεύγεις» για να καθαρίσεις το μυαλό σου διαν χρειάζεσαι καινούριο narrative arc;

Συχνά μέσα στο σπίτι μου. Περπάτημα πέρα-δωθε σαν σβούρα, κερία παντού, τακτοποιημένοι χώροι - με ηρεμούν διανόνττα. Όταν βγω, ζητάω φως και ορίζοντα: μια καθαρή θέα, μια κουβέντα με ένα δημιουργικό μυαλό, με ένα φίλο που εμπιστεύομαι, ένα τηλεφώνημα με τη δίδυμη αδερφή μου (πραγματική κάθαρση ψυχής) μια γειτονιά που αλλάζει και σε αναγκάζει να αλλάξεις κι εσύ. Η πόλη είναι γεμάτη από μικρές, αθέατες ιστορίες αρκεί να περπατήσεις πιο αργά.

Ένα μήνυμα προς νεαρές επαγγελματίες που νιώθουν ότι πρέπει διαρκώς να αποδεικνύουν την αξία τους;

Απόδειξε χωρίς εμμονή στην απόδειξη. Είναι μαραθώνιος. Όλοι αποδεικνύουμε - όχι όμως για την απόδειξη την ίδια. Η διάρκεια και η επιμονή μιλούν. Διάλεξε ποια πράγματα αξίζει να κερδίσεις τώρα και ποια σε πέντε χρόνια. Και φρόντισε την ακεραιότητά σου - είναι το μόνο brand που δεν “ξαναλανσάρεται”.

Ποιον/α πολιτικό θαυμάζεις για την ουσιαστική επικοινωνία;

Τον ένα και μοναδικό Μπαράκ Ομπάμα γιατί συνδυάζει ουσιαστικό αφήγημα, αμεσότητα, κύρος ρυθμό, εγκράτεια και καθαρότητα με τρόπο που σπάνια συναντάς. Ένας φανταστικός μαέστρος: ξέρει πότε να επιταχύνει, πότε να κάνει παύση, πότε να χαμηλώσει και πότε να δυναμώσει. Λέει ακριβώς ό,τι χρειάζεται, αφήνοντας χώρο στο ακροατήριο να αναπνεύσει και να συμμετάσχει. Με εντυπωσιάζει η ικανότητά του να προσεγγίζει ταυτόχρονα διαφορετικά κοινά και ακροατήρια χωρίς να χάνει την καθαρότητα του μηνύματος, να αναγνωρίζει τη δυσκολία και ταυτόχρονα να προτείνει προοπτική, να μιλά στη λογική και να ενεργοποιεί το συναίσθημα, να είναι συμπεριληπτικός χωρίς να γίνεται ασαφής.

Τεχνικά, χειρίζεται υποδειγματικά τα εργαλεία του ρήτορα: λεκτικές εικονοποιήσεις που κάνουν πιο προσιτή την Πολιτική, γέφυρες που μετακινούν το ακροατήριο από το «εγώ» στο «εμείς». Μεταφράζει σύνθετη πολιτική σε ιστορία που καταλαβαίνεις, χωρίς να υποτιμά τη νοημοσύνη σου. Όταν μιλά δεν σε εντυπωσιάζει απλώς εκείνη τη στιγμή που τον ακούς αλλά σε αλλάζει και ως άνθρωπο γιατί σε βάζει σε μια διαδικασία υγιούς προβληματισμού. Αυτό είναι για μένα ουσιαστική επικοινωνία.



Pure Cashmere

Η Rosie Huntington-Whiteley και ο Jason Statham ερμηνεύουν
το εκλεπτυσμένο στυλ της συλλογής FW 25

FALCONERI.COM

Τίνα Μιχαηλίδου

FOUNDER GR8 COMMUNICATION

Η Τίνα Μιχαηλίδου, ιδρύτρια της GR8 Communication, απέδειξε πως όταν συνδυάζεις στρατηγική σκέψη, δημιουργικότητα και πάθος, μπορείς να ξεχωρίσεις ακόμη και σε μια ιδιαίτερα απαιτητική αγορά. Σε μόλις τρία χρόνια από την ίδρυση της εταιρείας της, κατάφερε να μπει στη λίστα "20 under 40 PR" του Marketing Week, μια διάκριση που επιβεβαιώνει τη δύναμη της συνέπειας και της αυθεντικότητας. Στη συνέντευξή της στο Women in Digital μιλά για τη φιλοσοφία ζωής που καθοδηγεί τις επιλογές της, τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες στον κόσμο της στρατηγικής επικοινωνίας, και αποκαλύπτει τι είναι αυτό που τελικά κάνει μια ιδέα -και μια εταιρεία- να ξεχωρίζει.

Ποια είναι η φιλοσοφία ζωής που σας καθοδηγεί στις προσωπικές και επαγγελματικές σας επιλογές;

THINK BIG. STAY CLEAR. BE YOU. Η φιλοσοφία που καθοδηγεί τις επιλογές μου είναι βασισμένη στην αυθεντικότητα, την ακεραιότητα και την αδιάκοπη αναζήτηση της εξέλιξης. Δεν υπάρχει επιτυχία χωρίς να είσαι συνδεδεμένος με το «είναι» σου. Στην επαγγελματική μου πορεία, αυτή η φιλοσοφία μεταφράζεται σε αξίες όπως η υπευθυνότητα, η συνεργασία και η διαρκής μάθηση. Ο στόχος μου είναι να κάνω πάντα τη διαφορά, όχι μόνο επαγγελματικά αλλά και ως άνθρωπος, μέσα από τη δουλειά μου και τη συνεισφορά μου στην κοινωνία.

Ποιο ήταν το κίνητρο για να ιδρύσεις την GR8 Communication σε μια τόσο απαιτητική αγορά;

Το κίνητρο για να ιδρύσω την GR8 Communication προήλθε από την ανάγκη να δημιουργήσω μια εταιρεία που να αναγνωρίζει τις συνεχώς εξελισσόμενες απαιτήσεις της αγοράς, ενώ παράλληλα να προσφέρει αυθεντική και



“Στόχος μου είναι να κάνω πάντα τη διαφορά, όχι μόνο επαγγελματικά αλλά και ως άνθρωπος, μέσα από τη δουλειά μου και τη συνεισφορά μου στην κοινωνία”



εξατομικευμένη επικοινωνία. Ήθελα να δημιουργήσω έναν χώρο όπου οι πελάτες δεν θα είναι απλώς αριθμοί, αλλά θα νιώθουν ότι οι ανάγκες τους κατανοούνται πραγματικά και ικανοποιούνται με πρωτοποριακές στρατηγικές. Η συνεχής εξέλιξη και η δυνατότητα να συνδέω τις επιχειρήσεις με το κοινό τους με τρόπο ουσιαστικό και αποδοτικό είναι αυτό που με εμπνέει καθημερινά.

Πώς ισορροπείτε την έντονη καθημερινότητα μιας επιχειρηματία με την προσωπική σας ζωή;

Η ισορροπία είναι πάντα μια πρόκληση, ειδικά όταν διαχειρίζεσαι τη δική σου επιχείρηση. Προσπαθώ να είμαι οργανωτική και να θέτω προτεραιότητες, έτσι ώστε να μπορώ να αφιερώνω χρόνο στην οικογένεια, στους φίλους μου και σε δραστηριότητες που με αναζωογονούν. Δεν είναι πάντα εύκολο, αλλά πιστεύω ότι αν θέλεις να διατηρήσεις τη δημιουργικότητα και την ενέργεια στον επαγγελματικό τομέα, πρέπει να φροντίζεις και τον προσωπικό σου χρόνο.

Αν μπορούσατε να επιστρέψετε πίσω στον χρόνο, τι θα συμβουλευατε τον νεότερο εαυτό σας;

Αν μπορούσα να επιστρέψω πίσω στον χρόνο, θα συμβούλευα τον νεότερο εαυτό μου να μην φοβάται να κάνει λάθη. Η αλήθεια είναι ότι τα λάθη είναι μια από τις μεγαλύτερες πηγές μάθησης και ωριμότητας. Θα του έλεγα να έχει πίστη στον εαυτό του και να μην επηρεάζεται από τις αποτυχίες ή τις αμφιβολίες που ενδέχεται να προκύψουν. Α, και να μην διστάζει να ζητάει αυτό που πραγματικά θέλει.

Ποια θεωρείτε ότι είναι η μεγαλύτερη πρόκληση στον τομέα της στρατηγικής επικοινωνίας σήμερα;

Η μεγαλύτερη πρόκληση σήμερα στη στρατηγική επικοινωνία είναι να μπορέσεις να είσαι πραγματικά αυθεντικός μέσα σε έναν θόρυβο αμέτρητων μηνυμάτων. Ζούμε σε μια εποχή υπερπληροφόρησης, όπου το κοινό είναι πιο ενημερωμένο αλλά και πιο καχύποπτο από ποτέ. Αυτό σημαίνει ότι δεν αρκεί να επικοινωνείς απλώς σωστά - πρέπει να χτίζεις εμπιστοσύνη, να έχεις σαφή στρατηγική και να δίνεις πραγματική αξία. Η επικοινωνία δεν είναι πια μονόδρομος· είναι διάλογος. Και σε αυτόν τον διάλογο, τα brands που

επιβιώνουν είναι αυτά που ακούν, προσαρμόζονται και δρουν με συνέπεια.

Πώς καταφέρατε να μπειτε στη λίστα '20 under 40 PR' και τι σημαίνει για εσάς αυτή η διάκριση;

Το να συμπεριληφθώ στη λίστα '20 under 40 PR' ήταν για μένα μια τιμή, αλλά και μια επιβεβαίωση πως όταν δουλεύεις με συνέπεια, στρατηγική και πάθος, η προσπάθεια αναγνωρίζεται. Δεν μπήκα σε αυτόν τον χώρο κυνηγώντας διακρίσεις - μπήκα γιατί πίστεψα ότι η επικοινωνία μπορεί να είναι κάτι πολύ πιο ουσιαστικό από ό,τι συνήθως παρουσιάζεται. Δούλεψα σκληρά, ανέλαβα ρίσκα, δημιούργησα τη GR8 Communication στα 35 μου, σε μια απαιτητική αγορά και επέμεινα στο να προσφέρουμε περιεχόμενο με νόημα και στρατηγικές με αντίκτυπο. Αυτή η διάκριση για μένα δεν είναι το 'τέλος' κάποιου στόχου - είναι απλώς μια στάση στο ταξίδι.

Ποιο είναι το πιο καινοτόμο project που έχετε αναλάβει και γιατί ξεχωρίζει;

Ένας από τους αγαπημένους μου πελάτες είναι η INALAN, που είναι πάροχος internet και είναι η πρώτη εταιρεία που έφερε το fiber to the home στην Ελλάδα από το 2014, με πρωτοποριακές υπηρεσίες συμμετρικού ίντερνετ που μέχρι και σήμερα κανένας άλλος πάροχος δεν προσφέρει στα οικιακά του πακέτα. Είναι μια εταιρεία που έχει προσωποποιημένη εξυπηρέτηση και αυτόνομο ιδιόκτητο δίκτυο, πράγμα που την κάνει άμεση την επίλυση τυχόν τεχνικών ζητημάτων. Έχει ένα εκπληκτικό τμήμα μάρκετινγκ που μου δίνει την ελευθερία της δημιουργικής σκέψης και μαζί δημιουργούμε καμπάνιες που ξεχωρίζουν στην αγορά.

Πώς αντιμετωπίζετε την πίεση του ανταγωνισμού και η σας διαφοροποιεί από άλλες εταιρείες επικοινωνίας;

Ο ανταγωνισμός είναι δεδομένος - και απαραίτητος. Δεν προσπαθούμε να τον αποφύγουμε· τον παρακολουθούμε, τον σεβόμαστε, αλλά δεν καθορίζουμε τη στρατηγική μας με βάση αυτόν. Η φιλοσοφία μας είναι να εστιάζουμε στους πελάτες μας και στο πώς μπορούμε να τους δώσουμε αληθινή υπεραξία. Αυτό που μας διαφοροποιεί στη GR8 Communication είναι ότι δεν ακολουθούμε «συνταγές». Δημιουργούμε καμπάνιες που βασίζονται στην ουσία του brand, όχι μόνο στην εικόνα του. Συνδυάζουμε στρατηγική σκέψη με δημιουργικότητα, και κάθε project μας έχει σαφή στόχο: να πει μια ιστορία που θα ακουστεί - και θα μείνει. Επίσης, μας διαφοροποιεί πολύ το γεγονός ότι εγώ η ίδια είμαι δημοσιογράφος, οπότε σκέφτομαι πάντα μέσα από ένα διαφορετικό πρίσμα.

Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε απαραίτητα για μια αποτελεσματική ηγεσία;

Για μένα, η αποτελεσματική ηγεσία βασίζεται σε τρία βασικά χαρακτηριστικά: ξεκάθαρο όραμα, ενσυναίσθηση και συνέπεια. Ένας ηγέτης πρέπει να ξέρει πού πάει, να εμπνέει την ομάδα του να τον ακολουθήσει και να είναι παρών, όχι μόνο όταν όλα πάνε καλά, αλλά και όταν υπάρχουν δυσκολίες. Η ενσυναίσθηση είναι επίσης κρίσιμη - ειδικά στον χώρο της επικοινωνίας, όπου δουλεύεις με ανθρώπους, δημιουργικότητα και συνεχείς μεταβολές. Αν δεν μπορείς να ακούσεις, να κατανοήσεις και να εμπνεύσεις, δεν μπορείς να



ηνγηθείς. Τέλος, η συνέπεια. Να κάνεις όσα λες. Να λειτουργείς με αρχές, όχι με ευκαιριακές αποφάσεις. Η εμπιστοσύνη δεν χτίζεται με λόγια, αλλά με πράξεις. Και αυτή είναι η βάση κάθε σχέσης - είτε με την ομάδα σου, είτε με τους πελάτες.

Τί ρόλο παίζει η δημιουργικότητα στην καθημερινότητά σας;

Ζωτικό! Μια μέρα χωρίς δημιουργία για εμένα είναι μια χαμένη μέρα. Είναι πηγή ζωντάνιας η δημιουργικότητα. Και στο τέλος της μέρας, η δημιουργικότητα είναι αυτό που με κρατά ενθουσιασμένη για την επόμενη.

Υπάρχει κάποιος άνθρωπος που αποτέλεσε έμπνευση για εσάς στη ζωή ή την καριέρα σας;

Ένα πρόσωπο που με έχει εμπνεύσει έντονα στην επαγγελματική μου πορεία είναι η Bozoma Saint John. Όχι μόνο για τις εντυπωσιακές θέσεις που έχει αναλάβει σε παγκόσμιες εταιρείες, αλλά κυρίως για τον τρόπο με τον οποίο υπερασπίζεται την αυθεντικότητα στην επικοινωνία. Η Bozoma Saint John είναι μια διεθνώς αναγνωρισμένη επικοινωνιολόγος και marketing executive, με θητεία σε

εταιρείες όπως Netflix, Apple Music, Uber και PepsiCo. Είναι γνωστή για την αυθεντική επικοινωνία, τη δυναμική παρουσία, την τόλμη στις καμπάνιες και την ικανότητα να χτίζει brands με ψυχή.

Ποιτεύετε ότι τα εργαλεία Τεχνητής Νοημοσύνης θα αντικαταστήσουν την ανθρώπινη δημιουργικότητα;

Η Τεχνητή Νοημοσύνη είναι ένα εξαιρετικά δυνατό εργαλείο - αλλά παραμένει εργαλείο. Μπορεί να αναλύσει δεδομένα, να επιταχύνει διαδικασίες και να προτείνει λύσεις, αλλά δεν μπορεί να αντικαταστήσει την ανθρώπινη διαίσθηση, το συναίσθημα και τη βαθύτερη κατανόηση του πλαισίου. Στη στρατηγική επικοινωνία, η δημιουργικότητα δεν είναι απλώς 'έμπνευση' - είναι η ικανότητα να συνδέσαι με ανθρώπους. Να καταλαβαίνεις τις αποχρώσεις, να προσαρμόζεσαι στο timing, να διαβάζεις το 'ανάμεσα στις γραμμές'. Αυτά δεν τα αντιγράφει κανένα αλγόριθμος. Χρησιμοποιώ την AI για να ενισχύσω τη δουλειά μου - όχι για να την αντικαταστήσω. Το μέλλον ανήκει σε εκείνους που ξέρουν να συνεργάζονται με την τεχνολογία, αλλά δεν χάνουν την ανθρώπινη ματιά τους.

Πώς διαχειρίζεστε το άγχος όταν βρίσκεστε μπροστά στην κάμερα σε ζωντανές εκπομπές;

Το άγχος πριν από μια ζωντανή εκπομπή είναι απόλυτα φυσιολογικό - και, θα έλεγα, χρήσιμο. Με τα χρόνια, έχω μάθει να το μετατρέπω σε συγκέντρωση και ενέργεια. Η προετοιμασία είναι για μένα το "αντίδοτο" στο άγχος: όταν ξέρω καλά το θέμα, τους καλεσμένους, την κατεύθυνση της συζήτησης, νιώθω ασφαλής. Επίσης, φροντίζω να βρίσκομαι σε επαφή με τον εαυτό μου λίγο πριν βγω στον αέρα: να πάρω μια βαθιά ανάσα, να αποσυνδεθώ από ό,τι άσχετο και να θυμίσω στον εαυτό μου πως αυτό που κάνω, το αγαπώ. Αυτή η σύνδεση με το "γιατί" μου - γιατί επέλεξα αυτό το επάγγελμα - είναι πάντα πιο δυνατή από το άγχος της στιγμής.

Πώς προετοιμάζεστε για μια εκπομπή ή μια συνέντευξη που παρουσιάζετε;

Η προετοιμασία για εμένα είναι το 70% της επιτυχίας μιας εκπομπής ή μιας συνέντευξης. Ξεκινώ πάντα με έρευνα: ποιος είναι ο καλεσμένος, ποιο είναι το αντικείμενο, τι έχει πει ή κάνει πρόσφατα, ποιες είναι οι ευκαιρίες αλλά και οι "παγίδες" τους κοιτώντας. Στη συνέχεια, σχεδιάζω μια δομή - ένα "σκελετό" της συζήτησης με βασικούς άξονες και ερωτήματα, αφήνοντας πάντα χώρο για το απρόβλεπτο, γιατί η αληθινή τηλεόραση είναι ζωντανή, και αυτό είναι και η μαγεία της. Επίσης, φροντίζω να μπω στη "νοοτροπία" του θεατή: τί θα ήθελε να ακούσει κάποιος που παρακολουθεί από το σπίτι; Τί τον αφορά; Τί θα του μείνει στο τέλος; Η καλή προετοιμασία δεν είναι απλώς δημοσιογραφική - είναι επικοινωνιακή. Και σε αυτό με έχει βοηθήσει πολύ και η εμπειρία μου στην GR8 Communication, όπου μαθαίνεις να χτίζεις μηνύματα που έχουν στόχο, αξία και διάρκεια.

Ποιο κοινό είναι πιο απαιτητικό, το τηλεοπτικό ή το ψηφιακό; Και πώς προσαρμόζετε την παρουσία σας σε αυτά;

Και τα δύο κοινά - τηλεοπτικό και ψηφιακό - είναι απαιτητικά, αλλά με διαφορετικό τρόπο. Το τηλεοπτικό κοινό ζητά εγκυρότητα, σοβαρότητα και συνέπεια. Έχει μάθει να εμπιστεύεται πρόσωπα που έχουν αποδείξει ότι σέβονται την ενημέρωση. Το ψηφιακό κοινό, από την άλλη, είναι πιο

"ανήσυχο", πιο γρήγορο και συχνά πιο αυστηρό: κρίνει άμεσα, σχολιάζει σε πραγματικό χρόνο και θέλει αυθεντικότητα, ρυθμό και ουσία χωρίς περιστροφές. Η παρουσία μου προσαρμόζεται ανάλογα με το μέσο. Στην τηλεόραση, φροντίζω να είμαι πιο "δομημένη" και θεσμική, διατηρώντας πάντα την ανθρώπινη επαφή. Στο digital περιβάλλον, επιτρέπω στον εαυτό μου να είναι πιο άμεσος, πιο προσωπικός, πιο "εγώ". Δεν αλλάζει η ουσία του μηνύματος, αλλά ο τρόπος - γιατί κάθε πλατφόρμα έχει τον δικό της "κώδικα". Και αυτό είναι κάτι που έχουμε μάθει καλά και στην GR8 Communication: πώς να μιλάμε σε κάθε κοινό, εκεί που βρίσκεται, με τρόπο που να τον αγγίζει πραγματικά.

Ποιος είναι ο αγαπημένος σας τύπος εκπομπής (ενημερωτικός, ψυχαγωγικός κ.λπ.) και γιατί;

Infotainment, αυτός ο "υβριδικός" χώρος όπου η ενημέρωση συναντά την ψυχαγωγία. Θεωρώ ότι η «ξύλινη» ενημέρωση, δύσκολα περνάει στον τηλεθεατή, μου αρέσει να υπάρχει ενημέρωση με σοβαρότητα, αλλά όχι με σοβαροφάνεια. Το κοινό σήμερα δεν θέλει μόνο γεγονότα: θέλει context, αλήθεια, ανθρώπινη προσέγγιση και -γιατί όχι- και λίγο χιούμορ όταν χρειάζεται. Πιστεύω στη δύναμη του περιεχομένου που κρατά τον θεατή κοντά, όχι με βάρος αλλά με ενδιαφέρον. Το infotainment σου δίνει την ελευθερία να είσαι ακριβής, αλλά και προσβάσιμος. Και αυτό, προσωπικά, με εκφράζει απόλυτα.

Έχετε κάποια συγκεκριμένη στιγμή στην τηλεοπτική σας καριέρα που θεωρείτε καθοριστική για την εξέλιξή σας;

Η πιο καθοριστική στιγμή στην τηλεοπτική μου πορεία -και, θα έλεγα, και στην ανθρώπινη διαδρομή μου- ήταν κατά τη διάρκεια της τραγωδίας στο Μάτι. Ήμουν εκεί, στο πεδίο, μέσα στον απόλυτο χαμό και τον πόνο, όταν εντόπισα το χωράφι με τους 26 απανθρακωμένους ανθρώπους, αγκαλιασμένους. Δεν ήταν απλώς μια εικόνα που με σημάδεψε - ήταν μια εμπειρία που με άλλαξε. Εκεί, κατάλαβα με τον πιο σκληρό τρόπο τι σημαίνει να υπηρετείς την αλήθεια και την ενημέρωση, ακόμα κι όταν η πραγματικότητα είναι αβάσταχτη. Ήταν μια στιγμή που δοκίμασε τα όριά μου. Έπρεπε να παραμείνω ψύχραιμη, ακριβής, ανθρώπινη. Να δώσω στον κόσμο την πληροφορία, χωρίς να χαθεί η αξιοπρέπεια των θυμάτων πίσω από τη δημοσιογραφική κάλυψη. Από τότε, κουβαλώ εκείνη τη μέρα πάντα μέσα μου.

Πώς συνδυάζετε τον ρόλο της δημοσιογράφου με τον απαιτητικό ρόλο της επιχειρηματία;

Για μένα, η δημοσιογραφία και η επιχειρηματικότητα δεν είναι δύο αντίθετοι κόσμοι - είναι δύο πλευρές του ίδιου νομίσματος: της επικοινωνίας. Ως δημοσιογράφος, έχω μάθει να ακούω, να παρατηρώ, να αποκωδικοποιώ την πληροφορία και να την αποδίδω με καθαρότητα. Αυτές ακριβώς οι δεξιότητες είναι πολύτιμες και στον ρόλο της επιχειρηματία στην GR8 Communication, όπου καλούμαι να κατανοήσω τις ανάγκες ενός brand, να δω τη μεγάλη εικόνα και να χτίσω στρατηγική με περιεχόμενο και στόχο. Φυσικά, απαιτεί ισορροπία. Υπάρχουν μέρες που νιώθεις ότι "τρέχεις" σε δύο παράλληλους κόσμους. Αλλά η πειθαρχία, η ομάδα και το πάθος για αυτό που κάνω, με βοηθούν να κρατάω το μέτρο. Στην ουσία, και οι δύο ρόλοι έχουν τον ίδιο πυρήνα: να δίνεις αξία μέσα από την πληροφορία - είτε μιλάς σε κοινό, είτε σε πελάτες, είτε σε θεατές.

PITSOS
ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ



1400
30°C

1:25



pitsos.gr



NEELECTIONS



Μεγάλος κάδος, μεγάλη διαφορά.

Το νέο πλυντήριο ρούχων **Pitsos 10kg** με **Home Connect** είναι η ιδανική επιλογή για να φροντίζετε τα ρούχα σας, σε **μεγάλα ή μικρά φορτία**, χωρίς να επιβαρύνεται το περιβάλλον. Με τεχνολογίες που μειώνουν την περιττή καταγálωση νερού και ενέργειας, μπορείτε να πλένετε οικονομικά και αποδοτικά, κάθε φορά που χρειάζεστε καθαρά ρούχα.

Αλεξάνδρα Μπαλλή

BUSINESS DEVELOPMENT
ASSOCIATE EMPIST

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟΝ ΧΡΗΣΤΟ ΚΟΤΣΑΚΑ

Η Αλεξάνδρα Μπαλλή, Business Development Associate της EMPIST, μιλάει στο Women in Digital για τις προκλήσεις που εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στον χώρο της τεχνολογίας και τη σημασία της ενίσχυσης της γυναικείας παρουσίας. Εξηγεί πως οι ιδιαίτερες δεξιότητες και η διαφορετική οπτική τους τροφοδοτούν την καινοτομία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων ενώ μοιράζεται εμπειρίες και στρατηγικές από το business development, αναδεικνύοντας τις τάσεις που διαμορφώνουν το μέλλον του κλάδου.

Ποιες είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στον χώρο της τεχνολογίας σήμερα και ποιες πρωτοβουλίες θεωρείτε ότι μπορούν να ενισχύσουν τη συμμετοχή τους στον κλάδο;

Ο χώρος της τεχνολογίας προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες, αλλά για τις γυναίκες η επαγγελματική ανέλιξη εξακολουθεί να συνοδεύεται από προκλήσεις. Ανάμεσα σε αυτές, ξεχωρίζουν η περιορισμένη εκπροσώπηση σε ηγετικούς ρόλους, η έλλειψη γυναικείων προτύπων, καθώς και το γεγονός ότι συχνά χρειάζεται να αποδεικνύουν την αξία τους περισσότερο από άλλους.

Η ενίσχυση της παρουσίας των γυναικών στον κλάδο ξεκινά από την παροχή ευκαιριών ανάπτυξης, mentoring και εκπαίδευσης. Πρωτοβουλίες που ενδυναμώνουν τις γυναίκες να χτίσουν δεξιότητες, να διεκδικούν τα επαγγελματικά τους δίκτυα και να αποκτήσουν αυτοπεποίθηση στον ρόλο τους είναι καθοριστικές.

Προσωπικά, βρίσκω πολύ σημαντικό όταν μια εταιρεία δημιουργεί περιβάλλον εξέλιξης που στηρίζεται στην αξιοκρατία και προσφέρει χώρο για φωνές διαφορετικές. Όταν η γνώση, η συνέπεια και το όραμα αναγνωρίζονται ανεξαρτήτως φύλου, τότε πραγματικά χτίζονται ομάδες με δυναμική και ουσία.

“Η τεχνολογία έχει δημιουργήσει ένα πιο ανοιχτό και προσβάσιμο επιχειρηματικό περιβάλλον για τις γυναίκες”



Πώς μπορεί η τεχνολογία να λειτουργήσει ως εφαλτήριο για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα; Έχετε παραδείγματα όπου έχει αλλάξει ριζικά το επιχειρηματικό τοπίο για γυναίκες επιχειρηματίες;

Η τεχνολογία έχει δημιουργήσει ένα πιο ανοιχτό και προσβάσιμο επιχειρηματικό περιβάλλον για τις γυναίκες, προσφέροντάς τους τη δυνατότητα να ξεκινήσουν και να εξελίξουν επιχειρήσεις με ευελιξία, δημιουργικότητα και άμεση επαφή με το κοινό τους. Μέσα από ψηφιακά εργαλεία, ecommerce πλατφόρμες και social media, έχει μειωθεί σημαντικά το κόστος και η πολυπλοκότητα της αρχικής επένδυσης, επιτρέποντας την είσοδο στην αγορά ακόμη και χωρίς μεγάλο δίκτυο ή κεφάλαιο.

Πολλές γυναίκες έχουν αξιοποιήσει αυτή τη δυναμική για να αναπτύξουν επιτυχημένα εγχειρήματα σε τομείς όπως το digital consulting, η δημιουργία περιεχομένου, οι υπηρεσίες branding ή ακόμα και η παροχή λύσεων τεχνολογικής υποστήριξης σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Η τεχνολογία δεν «εξισώνει» απλώς τις συνθήκες, δημιουργεί εντελώς νέες διαδρομές εξέλιξης. Το στοίχημα είναι να αξιοποιήσουμε αυτές τις δυνατότητες, ενισχύοντας ταυτόχρονα τα δίκτυα υποστήριξης και τις ευκαιρίες για συνεργασίες.

Η ιδέα ότι η τεχνολογία μπορεί να δώσει φωνή και χώρο σε ανθρώπους που ίσως να μην είχαν τις ίδιες ευκαιρίες

σε πιο παραδοσιακά επιχειρηματικά περιβάλλοντα είναι κάτι που πραγματικά με εμπνέει. Αυτό το άνοιγμα προς νέες ιδέες, προσεγγίσεις και ταλέντα είναι από τους λόγους που με κινητοποιούν και με κάνουν να βλέπω τον χώρο της τεχνολογίας με πραγματικό ενδιαφέρον και διάθεση εξέλιξης.

Πώς η διαφορετική οπτική και οι δεξιότητες που φέρνουν οι γυναίκες στον χώρο της τεχνολογίας και του επιχειρείν συμβάλλουν στην καινοτομία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων;

Η διαφορετική οπτική που φέρνουν οι γυναίκες στον χώρο της τεχνολογίας και του επιχειρείν δεν είναι απλώς θέμα ισορροπίας, είναι πηγή καινοτομίας. Οι επιχειρήσεις που επενδύουν σε ομάδες με διαφορετικά υπόβαθρα, εμπειρίες και τρόπους σκέψης, συχνά καταφέρνουν να εντοπίζουν ευκαιρίες που διαφορετικά θα παρέμεναν αόρατες.

Οι γυναίκες, όπως και κάθε επαγγελματίας που προσεγγίζει τα πράγματα από άλλη σκοπιά, συχνά φέρνουν ενσυναίσθηση, ολιστική σκέψη και έντονη προσαρμοστικότητα. Αυτά τα χαρακτηριστικά μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο στη στρατηγική ανάπτυξη, στη βελτίωση της εμπειρίας πελάτη ή στη δημιουργία ομάδων με καλύτερη συνεργασία και επικοινωνία. Σε ένα περιβάλλον όπου η τεχνολογία εξελίσσεται διαρκώς, είναι όλο και πιο σημαντικό να μπορείς να δεις πέρα από τα τεχνικά χαρακτηριστικά και να εστιάσεις στον άνθρωπο, στην



εμπειρία και στη σύνδεση που δημιουργείται μέσα από τις λύσεις. Αυτός ο συνδυασμός, τεχνολογικής αντίληψης και επιχειρηματικής σκέψης, είναι και ο λόγος που επέλεξα να σπουδάσω Πληροφορική και στη συνέχεια να προσανατολιστώ επαγγελματικά προς τον χώρο του επιχειρείν. Πιστεύω ότι όταν αυτές οι δύο πλευρές συνεργάζονται, δημιουργούν μια ισχυρή βάση για ουσιαστική εξέλιξη και καινοτομία.

Ως Business Development Associate στην EMPIST, ποιος είναι ο βασικός σας ρόλος και ποιες είναι οι προκλήσεις που αντιμετωπίζετε καθημερινά στον χώρο του B2B IT;

Ο ρόλος του Business Development Associate στην EMPIST συνδυάζει στρατηγική σκέψη με καθημερινή αλληλεπίδραση με πελάτες και ομάδες. Εστιάζει στην αναγνώριση νέων ευκαιριών, την ανάπτυξη σχέσεων με υφιστάμενους και δυνητικούς πελάτες και τη σύνδεση των αναγκών τους με τις κατάλληλες τεχνολογικές λύσεις που προσφέρει η εταιρεία.

Παράλληλα, η διαχείριση πολλαπλών έργων, η συνεχής επικοινωνία με διοικητικά στελέχη πελατών και συνεργατών και η ανάγκη για ευελιξία απαιτούν οργάνωση, προσήλωση και συνέπεια. Κάθε μέρα είναι διαφορετική, και αυτό είναι που κάνει τον ρόλο τόσο δημιουργικό. Μέσα σε αυτό το δυναμικό πλαίσιο, η συνεργασία με την ομάδα για την επίλυση πρακτικών ζητημάτων αποτελεί βασικό στοιχείο της καθημερινότητας. Μέσα από αυτή τη διαδικασία ενισχύεται η αποτελεσματικότητα, ενώ παράλληλα καλλιεργείται ένα περιβάλλον υποστήριξης και εμπιστοσύνης προς τον πελάτη. Επιπλέον, ιδιαίτερη αξία έχει το πώς ο οργανισμός συνολικά προσεγγίζει την επικοινωνία και την κατανόηση των αναγκών του εκάστοτε πελάτη, ανεξαρτήτως τεχνικού υποβάθρου. Η προσαρμογή της προσέγγισης, η σαφής αποτύπωση της αξίας των λύσεων και η εστίαση στο πραγματικό επιχειρησιακό όφελος αποτελούν θεμέλια μιας ουσιαστικής και διαρκούς σχέσης συνεργασίας.

Από την εμπειρία σας στο business development, ποιες είναι οι πιο αποδοτικές στρατηγικές ανάπτυξης για μια εταιρεία τεχνολογίας; Πώς επιτυγχάνετε την εξεύρεση νέων πελατών και την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των υφιστάμενων;

Στον χώρο του business development για εταιρείες τεχνολογίας, η στρατηγική δεν βασίζεται μόνο στους αριθμούς, αλλά στις σχέσεις. Μία από τις πιο αποδοτικές προσεγγίσεις που έχω δει να λειτουργούν, είναι η ουσιαστική κατανόηση των αναγκών του πελάτη πριν γίνει οποιαδήποτε πρόταση. Όταν δίνεις αξία με βάση το τι έχει πραγματικά σημασία για τον άλλον, και όχι απλώς με βάση το τι προσφέρει η εταιρεία σου, τότε ξεκινά μια σχέση εμπιστοσύνης.

Στην αναζήτηση νέων πελατών, σημαντικό ρόλο παίζει ο στοχευμένος διάλογος. Δεν έχει νόημα να προσπαθείς να πουλήσεις κάτι σε κάποιον που δεν το χρειάζεται. Έχει νόημα να αναγνωρίζεις πού μπορεί να υπάρξει πραγματικό όφελος και να επικοινωνείς με τρόπο που είναι κατανοητός και σχετικός με τον εκάστοτε συνομιλητή.

Όσον αφορά στην ενίσχυση της εμπιστοσύνης των υφιστάμενων πελατών, πιστεύω ότι όλα κρίνονται στη συνέπεια και τη διαφάνεια. Να είσαι παρών, να απαντάς, να παρακολουθείς την εξέλιξη των λύσεων που προσφέρεις και να ενδιαφέρεσαι για την πορεία του πελάτη σου ακόμα και όταν δεν υπάρχει άμεσο εμπορικό όφελος. Αυτή η προσέγγιση χτίζει σχέσεις που διαρκούν και μπορούν να οδηγήσουν και σε περαιτέρω συνεργασίες στο μέλλον.

Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι πιο πιεστικές τεχνολογικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι επιχειρήσεις; και ποιες λύσεις βλέπετε να εφαρμόζονται στην πράξη;

Μια από τις πιο πιεστικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα πολλές επιχειρήσεις είναι η ανάγκη για ψηφιακή ωρίμανση σε ένα περιβάλλον που αλλάζει συνεχώς. Από τη διαχείριση δεδομένων και την κυβερνοασφάλεια, μέχρι την ανάγκη για αποδοτικό remote collaboration και την ενοποίηση διάσπαρτων εργαλείων, οι προκλήσεις είναι πολλές και συχνά πολύπλοκες.

Πολλές επιχειρήσεις γνωρίζουν ότι χρειάζονται τεχνολογικές λύσεις, αλλά δεν είναι πάντα ξεκάθαρο από πού να ξεκινήσουν ή τι ακριβώς χρειάζονται. Σε αυτές τις περιπτώσεις, η στοχευμένη προσέγγιση κάνει τη διαφορά, λύσεις που προσαρμόζονται στις πραγματικές ανάγκες και λειτουργικές συνθήκες κάθε οργανισμού, και όχι γενικές εφαρμογές χωρίς συνοχή. Ο ρόλος μας, στο κομμάτι του business development, είναι να κατανοήσουμε τη λειτουργία, τις προτεραιότητες και τις ιδιαιτερότητες κάθε επιχείρησης και να προτείνουμε λύσεις που είναι ρεαλιστικές, εφαρμόσιμες και πραγματικά ωφέλιμες.

Πώς βλέπετε την εξέλιξη του ψηφιακού μετασχηματισμού τα επόμενα χρόνια και ποιοι παράγοντες πιστεύετε ότι θα καθορίσουν την επιτυχία του;

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός θα συνεχίσει να είναι προτεραιότητα για τις περισσότερες επιχειρήσεις, όχι μόνο για λόγους αποδοτικότητας, αλλά κυρίως για να παραμείνουν ευέλικτες, ανταγωνιστικές και σχετικές με τις ανάγκες των πελατών τους.

Τα επόμενα χρόνια, η τεχνολογία θα προχωρήσει ακόμη πιο γρήγορα, με την τεχνητή νοημοσύνη, τον αυτοματισμό και την ανάλυση δεδομένων να παίζουν όλο και πιο κεντρικό ρόλο.



Όμως, το αν μια επιχείρηση θα καταφέρει να αξιοποιήσει ουσιαστικά αυτές τις δυνατότητες, θα εξαρτηθεί κυρίως από τρεις παράγοντες: την κουλτούρα της αλλαγής, την εκπαίδευση των ανθρώπων της και τη σωστή καθοδήγηση σε κάθε στάδιο της μετάβασης.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός δεν είναι κάτι που συμβαίνει «μία φορά», είναι μια συνεχής διαδικασία που απαιτεί προσαρμοστικότητα, ευθυγράμμιση των στόχων με τις τεχνολογικές επιλογές και συνεργασία ανάμεσα σε διαφορετικά τμήματα. Οι εταιρείες που επενδύουν στην εκπαίδευση, στην κουλτούρα της συνεργασίας και στη σύνδεση τεχνολογίας με πραγματικές επιχειρησιακές ανάγκες, είναι εκείνες που τελικά θα ξεχωρίσουν.

Ποιες τάσεις και αλλαγές στον χώρο της τεχνολογίας πιστεύετε ότι θα διαμορφώσουν το μέλλον και πώς σκοπεύετε να εξελιχθεί επαγγελματικά σε αυτό το περιβάλλον;

Ο χώρος της τεχνολογίας εξελίσσεται με ταχύτατους ρυθμούς, και αρκετές τάσεις αναμένεται να διαμορφώσουν το τοπίο τα επόμενα χρόνια. Η ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης σε επιχειρησιακές διαδικασίες, η αυξανόμενη σημασία της κυβερνοασφάλειας, η ανάγκη για datadriven αποφάσεις, αλλά και η εστίαση στη βιωσιμότητα μέσω τεχνολογικών λύσεων είναι μερικές μόνο από τις αλλαγές που θα επηρεάσουν σημαντικά το πώς λειτουργούν οι επιχειρήσεις.

Σε αυτό το περιβάλλον, ο ρόλος του business development δεν θα είναι απλώς να «προωθεί λύσεις», αλλά να καταλαβαίνει βαθύτερα τις επιχειρησιακές ανάγκες και να συνδέει τη στρατηγική με την τεχνολογία, πάντα με γνώμονα την προσαρμοστικότητα και την πραγματική αξία.

Προσωπικά, με ενδιαφέρει να συνεχίσω να χτίζω γνώσεις τόσο στον τεχνολογικό τομέα όσο και στον στρατηγικό σχεδιασμό. Σκοπός μου είναι να εξελιχθώ σε έναν ρόλο όπου θα μπορώ να συνδυάζω την κατανόηση των λύσεων που προσφέρουμε, με την ικανότητα να υποστηρίζω ουσιαστικά τις επιχειρήσεις που τις χρειάζονται.

Βλέπω τον εαυτό μου να μαθαίνει συνεχώς, να συνεργάζεται με διαφορετικούς ανθρώπους και να εξελίσσεται μέσα από την εμπειρία. Η τεχνολογία δίνει τον χώρο για εξέλιξη, αρκεί να υπάρχει διάθεση, συνέπεια και ανοιχτή σκέψη. Και αυτά είναι στοιχεία που θέλω να καλλιεργώ διαρκώς.



Ζήσε βιώσιμα #LikeABosch

Ψυγείοκαταψύκτες Green Collection

Μικρότερο αποτύπωμα στο περιβάλλον,
καλύτερο αύριο για όλους.

Οι ψυγείοκαταψύκτες Bosch Green Collection σε βοηθούν να μειώσεις το αποτύπωμα άνθρακα, χάρη στην πιο αποδοτική χρήση πόρων κατά τη διαδικασία της κατασκευής τους. Πιο συγκεκριμένα, με τη χρήση υλικών όπως ασφάλι με μειωμένο CO₂, βιολογικές μονώσεις και πλαστικά, οι νέες συσκευές Bosch έχουν έως και 50% μικρότερο αποτύπωμα CO₂ σε σύγκριση με τα συμβατικά μοντέλα. Γιατί το μέλλον του πλανήτη μας αφορά όλους.

bosch-home.gr

ΕΓΓΥΗΣΗ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΤΗΡΑ
10
ΧΡΟΝΙΑ
ΕΓΓΥΗΣΗ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΤΗΡΑ

-50% CO₂
στα υλικά κατασκευής

ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ
15
ΧΡΟΝΙΑ
ΣΤΑ ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΑ

*Ισχύει για συσκευές με ημερομηνία παραγωγής μετά την 1/1/2023.

Σκάνναρε εδώ:

Μαρία Τσαιοάκη

MOBILE BUSINESS GROUP MOTOROLA MOBILITY,
A LENOVO COMPANY

Με μια καριέρα που εκτείνεται σε μερικές από τις μεγαλύτερες πολυεθνικές εταιρείες τεχνολογίας, η Μαρία Τσαιοάκη, Marketing Manager της Motorola Mobility στην Ελλάδα, αποτελεί ένα ζωντανό παράδειγμα του πώς η στρατηγική σκέψη, η προσαρμοστικότητα και η δημιουργικότητα συνδυάζονται για να διαμορφώσουν ένα ξεχωριστό επαγγελματικό αποτύπωμα. Από τη Sony και τη Huawei μέχρι τη Motorola, η πορεία της είναι γεμάτη προκλήσεις, καινοτόμες καμπάνιες και συνεργασίες διεθνούς εμβέλειας, ενώ παράλληλα εκφράζει την αγάπη της για τη συγγραφή και την αφήγηση μέσα από το atakaistoria.gr και το βιβλίο της «Έρωτας. Ατάκα. Ιστορία». Η συνέντευξη που ακολουθεί αποκαλύπτει όχι μόνο τα μυστικά μιας επιτυχημένης καριέρας στο marketing, αλλά και τις αξίες που η ίδια θέλει να εμπνεύσει στις επόμενες γενιές.

Ποια ήταν η στιγμή που νιώσατε ότι η καριέρα σας στο marketing και την επικοινωνία πήρε τον δρόμο που θέλατε;

Νομίζω ότι κάθε στάδιο στην επαγγελματική μου πορεία συμπλήρωνε το παζλ της καριέρας μου κερδίζοντας πολύτιμη εμπειρία αλλά και γνώση. Ωστόσο αισθάνομαι ότι η τωρινή μου θέση καλύπτει περισσότερο την εξέλιξη και τις προσκλήσεις που θα ήθελα, αξιοποιώντας όσα έχω κατακτήσει μέχρι σήμερα και συνδέεται τόσο με τους επαγγελματικούς όσο και με τους προσωπικούς μου στόχους.

Έχοντας εργαστεί σε μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες τεχνολογίας όπως η Sony, η Huawei, και τώρα η Motorola, ποιο θεωρείτε το πιο σημαντικό μάθημα που πήρατε από αυτές τις εμπειρίες;

Κάθε εταιρεία μου έδωσε διαφορετικές εμπειρίες και γνώσεις και έθεσε το δικό

“Θέλω κάθε γυναίκα να νιώθει την αυτοπεποίθηση και να πιστεύει στον εαυτό της χωρίς να φοβάται να δημιουργήσει αυτό που πραγματικά της αρέσει και την κάνει να χαμογελάει αληθινά”



της λιθαράκι στην διαμόρφωση της επαγγελματικής μου εξέλιξης. Από τη Sony κράτησα την καινοτομία τεχνολογίας, την νοοτροπία μια παγκόσμιας εταιρείας με πολυετή ιστορία και τη δημιουργικότητα στην επικοινωνία με τον καταναλωτή. Στη Huawei είχα την τύχη να υπάρξω σε ένα περιβάλλον ταχύτατης ανάπτυξης και κατανόησα πόσο σημαντική είναι η ευελιξία και η γρήγορη προσαρμογή. Στη Motorola με την εμπειρία μου εδώ και ένα περίπου χρόνο, συνειδητοποιώ πόσο καθοριστικός είναι ο συνδυασμός στρατηγικής σκέψης σε ένα μεταβαλλόμενο και ήδη εδραιωμένο περιβάλλον και πόσο σημαντική είναι η επικοινωνία με τους καταναλωτές.

Η Motorola είναι γνωστή για την καινοτομία της και τις επιτυχημένες στρατηγικές μάρκετινγκ. Μπορείτε να μας πείτε κάποια από τις πιο ενδιαφέρουσες προκλήσεις που έχετε αντιμετωπίσει στην εταιρεία;

Μία από τις πιο σημαντικές προκλήσεις στη Motorola είναι η ανάγκη για ισορροπία ανάμεσα στην κληρονομιά ενός τόσο ιστορικού brand και στις νέες στρατηγικές που απαιτεί η σύγχρονη αγορά. Συνδυάζοντας το σεβασμό στην ιστορία της εταιρείας και στις νέες καινοτόμες καμπάνιες που απευθύνονται στην νέα γενιά με δημιουργικό τρόπο.

Η συνεργασία με την FIFA, την Euroleague και την Pantone και οι καμπάνιες τους δείχνουν τη στρατηγική της Motorola για παγκόσμια παρουσία. Πώς προετοιμάζετε για τέτοιες μεγάλες συνεργασίες και ποιο είναι το σημαντικότερο στοιχείο για την επιτυχία τους;

Οι συνεργασίες της Motorola το κλειδί για μια στρατηγική απόφαση επικοινωνίας σε παγκόσμιο επίπεδο συνδέοντας τις αξίες της Motorola με τον αθλητισμό και τις τάσεις του σύγχρονου Lifestyle την συνεργασία ανθρώπων από

διαφορετικούς χώρους για την επίτευξη ενός κοινού σκοπού και την ανάδειξη τόσο του αθλητισμού όσο και τη σύγχρονης ζωή μας.

Στο χώρο του marketing, το να ενσωματώνεις νέες τεχνολογίες και τάσεις είναι κρίσιμο. Ποιες είναι οι τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις που πιστεύετε ότι θα έχουν τον μεγαλύτερο αντίκτυπο στο digital marketing τα επόμενα χρόνια;

Θεωρώ ότι η τεχνητή νοημοσύνη είναι ήδη στην ζωή μας και αρχίζει να καταλαμβάνει κομμάτι της καθημερινότητας μας σε όλους τους τομείς της ζωής μας. Η εξατομίκευση των λειτουργιών της τεχνητής νοημοσύνης και ειδικά στο digital marketing θα έχει αντίκτυπο που ίσως φέρει πιο διαδραστικές εμπειρίες για τον καταναλωτή.

Ποιες δεξιότητες θεωρείτε ότι είναι απαραίτητες για μια γυναίκα που επιθυμεί να ακολουθήσει καριέρα στο marketing και τις επικοινωνίες σε πολυεθνικές εταιρείες όπως η Motorola;

Πιστεύω ότι χρειάζονται δύο βασικά πράγματα, το ένα είναι η γνώση των εργαλείων επικοινωνίας σε συνδυασμό με στρατηγική σκέψη και το άλλο η δημιουργικότητα και η



προσαρμοστικότητα. Σε ένα περιβάλλον με πολυεθνικό χαρακτήρα είναι σημαντικό να μπορείς να συνεργάζεσαι αποτελεσματικά με διαφορετικές κουλτούρες και να διαμορφώνεις το δικό σου προσωπικό μονοπάτι στις επαγγελματικές προκλήσεις.

Θεωρείτε ότι ο ρόλος της γυναίκας στο σύγχρονο επαγγελματικό περιβάλλον έχει εξελιχθεί, ή υπάρχουν ακόμα δυσκολίες που πρέπει να ξεπεραστούν;

Ο ρόλος της γυναίκας έχει αλλάξει πολύ στον σύγχρονο επαγγελματικό περιβάλλον και πλέον βλέπουμε περισσότερες γυναίκες να ηγούνται και να παίρνουν σημαντικές αποφάσεις σε μεγάλες εταιρείες και ηγετικές θέσεις. Φυσικά, εξακολουθούν να υπάρχουν προκλήσεις και περιθώρια βελτίωσης και περαιτέρω ανάγκη αναγνώρισης σε κάποιους τομείς.

Η προσωπικότητα ενός brand είναι σημαντική. Πώς χαρακτηρίζει την προσωπικότητα της Motorola και πώς προσπαθείτε να την επικοινωνήσετε στους καταναλωτές;

Για μένα, η Motorola είναι ένα brand που συνδυάζει καινοτομία και αξιοπιστία με μια διαχρονική παρουσία. Η επικοινωνία αναδεικνύει αυτήν την ισορροπία, μέσα από καμπάνιες που συνδέουν το προϊόν με τις αξίες του brand καλύπτοντας τις ανάγκες τόσο του καταναλωτή όσο και τις απαιτήσεις της καθημερινής μας ζωής.

Σχετικά με το προσωπικό σας έργο, δημιουργήσατε την ιστοσελίδα atakaistoria.gr και το βιβλίο 'Ερώτας. Ατάκα. Ιστορία'. Ποιες ήταν οι δυσκολίες και οι χαρές που συναντήσατε κατά τη διάρκεια της συγγραφής του βιβλίου;

Η δημιουργία του βιβλίου μου ήταν μια μοναδικά δημιουργική διαδικασία που η διάδραση με το κοινό ήταν κάθε φορά μια νέα πρόκληση για γίνει κάθε ατάκα ιστορία και να μείνει στην ιστορία. Ήταν πολλές φορές που είχα δυσκολία στο να προσαρμόσω την ατάκα στην κατάλληλη

ιστορία και να αναδειχθεί το συναίσθημα και η εμπειρία του κάθε αποστολέα ατάκας. Από την άλλη, η μεγαλύτερη χαρά ήταν η δημιουργικότητα που απελευθερώθηκε μέσα από αυτή τη διαδικασία και η ανταπόκριση των αναγνωστών που αγκάλιασαν τις ιστορίες και τις συνδέθηκαν μαζί τους.

Ποιες είναι οι προσωπικές σας πηγές έμπνευσης όταν γράφετε; Υπάρχει κάποια ατάκα που σας έχει μείνει και τη θεωρείτε καθοριστική για το έργο σας;

Η έμπνευση μου δεν έχει ταυτότητα και αυτό είναι που την κάνει ελεύθερη για να φυτρώσει εκεί που θα βρει πρόσφορο έδαφος, από μια προσωπική μου εμπειρία, μια περιγραφή από μια ιστορία ενός γνωστού ή φίλου μέχρι και μια απλή παρατήρηση σε κάτι που απλά μου τράβηξε την προσοχή. Το πιο σημαντικό είναι η σύνδεση των ιστοριών με τα συναισθήματα των ανθρώπων και οι ταύτιση τους με τις ιστορίες μου.

Ως γυναίκα με πολυδιάσπαστο επαγγελματικό και προσωπικό έργο, ποιες είναι οι αξίες που προσπαθείτε να περάσετε στις επόμενες γενιές γυναικών;

Θέλω κάθε γυναίκα να νιώθει την αυτοπεποίθηση και να πιστεύει στον εαυτό της χωρίς να φοβάται να δημιουργήσει αυτό που πραγματικά της αρέσει και την κάνει να χαμογελάει αληθινά. Η δημιουργικότητα, ο σεβασμός στον άνθρωπο και το να μοιράζεσαι είναι για εμένα βασικές αξίες για να είμαστε όλοι κομμάτι μια καλύτερης εκδοχής της κοινωνίας μας.

Κλείνοντας, πες μας πώς φανιάζεσαι τον εαυτό σου τα επόμενα 5 χρόνια. Υπάρχει κάποιος επόμενος συγγραφικός στόχος ή νέο project στον ορίζοντα;

Τα επόμενα πέντε χρόνια θα ήθελα να δω τον εαυτό μου να εξελίσσεται ακόμα περισσότερο στον χώρο του Marketing και παράλληλα να δημιουργώ νέα μονοπάτια - είτε με νέες συγγραφικές δημιουργίες είτε με άλλους καλλιτεχνικούς τρόπους έκφρασης. Θέλω να συνεχίσω να μαθαίνω, να εμπνέω και να εμπνέομαι αφήνοντας ουσιαστικό αποτύπωμα σε ό,τι κάνω.

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Η Τσατσάκη Μαρία γεννήθηκε στην Αθήνα και μεγάλωσε στο Ηράκλειο της Κρήτης. Σπούδασε στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων με κατεύθυνση Marketing και έκανε μεταπτυχιακό στο ίδιο πανεπιστήμιο. Ξεκίνησε την επαγγελματική της καριέρα πριν από περίπου δέκα χρόνια κάνοντας την πρακτική της άσκηση σε μια διαφημιστική εταιρεία και μέχρι τώρα έχει δουλέψει σε τρεις διαφορετικές πολυεθνικές εταιρείες στο Τμήμα Marketing. Έκτος γραφείου και Marketing, χορεύει, αθλείται, ανακαλύπτει το θέατρο, έχει κάνει σεμινάρια συγγραφής και συμμετέχει σε εθελοντικά προγράμματα, γιατί η σύνδεση με τον κόσμο της δίνει μια μοναδικότητα στην καθημερινότητά της. Δημιουργός της atakaistoria.gr, αναζητά ατάκες για να γίνουν ιστορία και να μείνουν στην ιστορία! Δίνει πνοή στις ατάκες μέσα από τις ιστορίες. Είναι ο τρόπος της για να μοιράζεται με τους ανθρώπους στιγμές, συναισθήματα και εμπειρίες από την καθημερινότητά τους.



THE BODY SHOP

SPA OF THE WORLD™

LUXURIOUS BODY CARE

Ανακαλύψτε την πολυτελή σειρά περιποίησης σώματος με κορυφαίας ποιότητας υφές που προσφέρουν αίσθηση θαλπωρής και ακαταμάχητα αρώματα από εκλεκτά, πολύτιμα συστατικά από όλο τον κόσμο.



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

Παπαστράτος: Η Μαρίνα Σπυριδάκη αναλαμβάνει καθήκοντα Director Public Affairs



Η Παπαστράτος ανακοινώνει την ανάληψη καθηκόντων Director Public Affairs από τη **Μαρίνα Σπυριδάκη**, η οποία από 1η Οκτωβρίου θα ηγηθεί της στρατηγικής επικοινωνίας, της εταιρικής εικόνας και των πρωτοβουλιών βιωσιμότητας της εταιρείας. Η Μαρίνα διαθέτει πάνω από 18 χρόνια εμπειρίας στον χώρο των εταιρικών υποθέσεων και της δημόσιας πολιτικής, έχοντας υπηρετήσει ως Διευθύντρια Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος και Ρυθμιστικών Πολιτικών στον ΣΕΒ και Διευθύντρια Εταιρικών Σχέσεων στην AEGEAN. Σε όλη της την πορεία έχει αποδείξει την ικανότητά της να ενισχύει συνεργασίες με ενδιαφερόμενα μέρη, να προωθεί πολιτικές βασισμένες σε δεδομένα και να επιτυγχάνει κρίσιμους επικοινωνιακούς στόχους. Ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Παπαστράτος,

Γιώργος Μαργώνης, καλωσόρισε τη νέα Director Public Affairs, υπογραμμίζοντας ότι η εμπειρία και η στρατηγική της σκέψη θα συμβάλουν καθοριστικά στην επίτευξη του οράματος της εταιρείας για έναν κόσμο χωρίς τσιγάρο. Παράλληλα, ανακοίνωσε την αποχώρηση του Θέμη Χασιώτη στο τέλος του έτους, ευχαριστώντας τον για την πολύτιμη συνεισφορά του στα 20 χρόνια παρουσίας του στην Παπαστράτος.

Η Κατερίνα Γιαννακοπούλου, Head of Marketing στο τμήμα Selective της Sarantis Group



Η Κατερίνα Γιαννακοπούλου προήχθη στη θέση της Head of Marketing στο τμήμα Selective - Επιλεκτικής Διανομής της Sarantis Group, αναλαμβάνοντας την ηγεσία μιας ομάδας 20 στελεχών. Στα νέα της καθήκοντα περιλαμβάνονται η ανάπτυξη και εφαρμογή στρατηγικών μάρκετινγκ για το πλήρες χαρτοφυλάκιο επιλεκτικής, η δημιουργία και εκτέλεση ολοκληρωμένων πλάνων μάρκετινγκ σε online και offline κανάλια, καθώς και η διαχείριση του budget και η ευθυγράμμιση όλων των ενεργειών με τους επιχειρηματικούς στόχους του Ομίλου.

Η Κατερίνα αποτελεί μακροχρόνιο στέλεχος της εταιρείας, έχοντας ξεκινήσει το 2004 ως Brand Manager. Τα τελευταία 12 χρόνια κατείχε τη θέση της Marketing Manager αρωμάτων επιλεκτικής, ενώ προηγήθηκαν περίπου 10 χρόνια ως Senior Brand Manager. Η εξέλιξη της αντικατοπτρίζει τη δέσμευση της Sarantis Group στην ανάπτυξη των στελεχών της.

Η Μάριαμ Σάντρι στο Public Group



Η **Μάριαμ Σάντρι** εντάχθηκε το καλοκαίρι στο δυναμικό του Public Group, αναλαμβάνοντας τον ρόλο της Chief Customer & Marketing Officer. Μέχρι τον Ιούλιο του 2024 κατείχε τη θέση της Marketing Director στην Praktiker Hellas, όπου είχε ως στόχο να συμβάλει στον μετασχηματισμό της εταιρείας σε ένα σύγχρονο brand με επίκεντρο τον άνθρωπο και το σπίτι του, προωθώντας τόσο τη φιλοσοφία DIY (do it yourself) όσο και τη DIFM (do it for me).

Η επαγγελματική της πορεία περιλαμβάνει πολυετή θητεία στην Κωτσόβολος - Dixons South East Europe AEBE, όπου υπηρέτησε από τις θέσεις της Marketing Manager και Brand Strategy & Communications Manager, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της εταιρικής εικόνας και της εμπορικής στρατηγικής. Η κ. Σάντρι είναι απόφοιτος του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και κάτοχος MBA από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Η Κατερίνα Προμπονά στην Project Agora - Αναλαμβάνει Commercial Director για την ελληνική αγορά



Η Project Agora ανακοίνωσε την ένταξη της **Κατερίνας Προμπονά** στην ομάδα της, αναθέτοντάς της τον ρόλο της Commercial Director για την ελληνική αγορά. Η Κατερίνα διαθέτει πολυετή εμπειρία στον χώρο του ad tech και της ψηφιακής διαφήμισης, έχοντας συνεργαστεί με κορυφαίες εταιρείες του κλάδου. Στις πρόσφατες συνεργασίες της με την Adweb και την Phaistos, γιήθηκε στρατηγικών σε digital, programmatic, performance και omnichannel καμπάνιες, συνεργαζόμενη με τα μεγαλύτερα media agencies και σημαντικούς διαφημιζόμενους από πολλούς κλάδους.

Για τον νέο της ρόλο, δήλωσε: «Με μεγάλη χαρά αναλαμβάνω τον ρόλο της Εμπορικής Διευθύντριας στο Project Agora. Μαζί με την εξαιρετική ομάδα που αναλαμβάνω, είμαι βέβαιη ότι θα οδηγήσουμε το Project Agora στο επόμενο επίπεδο, φέρνοντας τις πιο εξελιγμένες τεχνολογικές λύσεις διαφήμισης σε ακόμα περισσότερους διαφημιζόμενους.»

Η **Έλενα Τσικνάκου**, Chief Revenue Officer του Project Agora, υπογράμμισε ότι η ενίσχυση της ομάδας, σε συνδυασμό με το λανσάρισμα της πλατφόρμας Realize, θα προσφέρει απτά και scalable αποτελέσματα στο open web.

Η Κέλυ Σκαρή στο Marketing της Νικ. Ι. Θεοχαράκης Α.Ε.



Η Νικ. Ι. Θεοχαράκης Α.Ε. ανακοίνωσε ότι από την 1η Σεπτεμβρίου 2025 η **Κέλυ Σκαρή** εντάσσεται στο τμήμα Marketing της εταιρείας, αναλαμβάνοντας τη θέση Public Relations Specialist. Η κ. Σκαρή διαθέτει σημαντική εμπειρία στον χώρο του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας, με εξειδίκευση που περιλαμβάνει και τον κλάδο της αυτοκινητοβιομηχανίας. Έχει συμβάλει στην υλοποίηση στοχευμένων καμπανιών, στη διοργάνωση δράσεων επικοινωνίας, καθώς και στη διαχείριση σχέσεων με τα μέσα ενημέρωσης.

«Η ένταξη της Κέλυ Σκαρή στην ομάδα μας ενισχύει τη στρατηγική επικοινωνίας της εταιρείας και υποστηρίζει την ανάπτυξη ισχυρών δεσμών με τα μέσα ενημέρωσης και τους συνεργάτες μας», ανέφερε σε δήλωσή της η εταιρεία, εκφράζοντας την ικανοποίησή της για τη νέα αυτή προσθήκη στο δυναμικό της.

Στην Publicis Groupe η Ευτυχία Κουτσαγκουλάκη

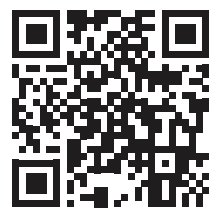
Αναλαμβάνει Chief Talent Officer



Στο δυναμικό της Publicis Groupe εισέρχεται η **Ευτυχία Κουτσαγκουλάκη**, αναλαμβάνοντας τη θέση της Chief Talent Officer στην Ελλάδα. Η ίδια προέρχεται από την Temenos, όπου τον τελευταίο χρόνο, εκτελούσε καθήκοντα Global Learning and Development Senior Lead, ενώ η επαγγελματική της εμπειρία περιλαμβάνει θέσεις στις Efood, Alliance 4 YOUTH in Greece, Vodafone κ.ά.

Fuel Your Power

BREW YOUR STRENGTH



Μεγ. Αλεξάνδρου 205, Ζωφριά Ανω Λιόσια 13341
210 2288032, info@scarlets-coffee.gr
www.scarlets-coffee.gr



LIDL: ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΟΥ UEFA WOMEN'S EURO



Με την Αγγλία να αναδεικνύεται πρωταθλήτρια Ευρώπης στο UEFA Women's EURO 2025, η Lidl γιορτάζει την επιτυχημένη ολοκλήρωση ενός καλοκαιριού γεμάτου ποδόσφαιρο, ενότητα και θετικό κοινωνικό αντίκτυπο. Ως επίσημος συνεργάτης της διοργάνωσης, η Lidl στήριξε έμπρακτα την προώθηση του γυναικείου ποδοσφαίρου και την ενίσχυση της ισότητας στον αθλητισμό. «Ήταν μαγικό να ζούμε τη δυναμική του UEFA Women's EURO 2025. Άνθρωποι από όλη την Ευρώπη ενώθηκαν για να γιορτάσουν το ποδόσφαιρο και είμαστε περήφανοι που σταθήκαμε αρωγοί σε αυτή την ιστορική διοργάνωση», δήλωσε ο **Martin Brandenburger**, CEO και πρόεδρος Διοίκησης της Lidl Ελλάς. Ο Guy-Laurent Epstein, Executive Director of Marketing της UEFA, χαρακτήρισε το τουρνουά «ορόσημο για το γυναικείο ποδόσφαιρο» και εξήρε τη συμβολή της Lidl στην προώθηση της υγείας, της ένταξης και του σεβασμού.

Η ΙΩΑΝΝΑ ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΥ ΣΤΟ «ΤΙΜΟΝΙ» ΤΗΣ L'ORÉAL ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ



Η L'Oréal Ρουμανίας ανακοίνωσε τον διορισμό της **Ιωάννας Χριστοπούλου** στη θέση της Country General Manager, από την 1η Σεπτεμβρίου, διαδεχόμενη τη Vanya Panayotova που μετακινείται στην Τουρκία. Με σχεδόν 20 χρόνια εμπειρίας στη L'Oréal Groupe, η Ιωάννα έχει υπηρετήσει σε ηγετικές θέσεις στην Ελλάδα, τη Μέση Ανατολή, τη Δυτική Ευρώπη και τις Σκανδιναβικές χώρες. Ως Γενική Διευθύντρια της Διεύθυνσης Προϊόντων Ευρείας Κατανάλωσης της L'Oréal Ελλάδας πέτυχε σημαντική ανάπτυξη μεριδίου αγοράς και κερδοφορίας, ενώ στη Μέση Ανατολή ενίσχυσε τις δραστηριότητες σε ένα απαιτητικό περιβάλλον. Πρόσφατα ηγήθηκε του ίδιου τμήματος στις Σκανδιναβικές χώρες, συντονίζοντας τέσσερις αγορές σε omnichannel μοντέλο. Στόχος της είναι η επιτάχυνση της καινοτομίας και η ενίσχυση της παρουσίας της L'Oréal στη ρουμανική αγορά.

Λ. ΜΠΑΡΜΠΕΤΑΚΗ: «ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΥΜΕ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΑΛΥΤΕΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ»



Το PhARMA Innovation (PIF) έδωσε ισχυρό «παρών» στο Bio3 Forum 2025, που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα, προβάλλοντας τον ρόλο του στη διαμόρφωση πολιτικών και την ενίσχυση της φαρμακευτικής καινοτομίας. Η Πρόεδρος του PIF και Διευθύνουσα Σύμβουλος της AbbVie Ελλάδος, Κύπρου και Μάλτας, κα. **Λαμπρίνα Μπαρμπετάκη**, συμμετείχε στο πάνελ "Visionary Leadership in Pharma" τονίζοντας ότι η φαρμακοβιομηχανία καλείται να αντιμετωπίσει την έλλειψη προβλεψιμότητας και ζητήματα βιωσιμότητας. Υπογράμμισε ότι οι πολιτικές πρέπει να λειτουργούν ως καταλύτες και όχι εμπόδια στην καινοτομία, εξασφαλίζοντας πρόσβαση των ασθενών σε θεραπείες. Τόνισε επίσης τον ρόλο της ηγεσίας με σκοπό, σημειώνοντας ότι το PIF συμβάλλει στη δημόσια συζήτηση και στη δημιουργία συνθηκών βιώσιμης ανάπτυξης στην υγεία.

UBER: Φέρνει το «Uber για Γυναίκες» στην Ελλάδα



Η Uber φέρνει στην Ελλάδα το «Uber για Γυναίκες», μια νέα λειτουργία που ενδυναμώνει γυναίκες οδηγούς και επιβάτιδες, δίνοντάς τους μεγαλύτερη αίσθηση ασφάλειας και ελέγχου στις

μετακινήσεις τους. Μέσω της νέας επιλογής, οι γυναίκες οδηγοί μπορούν να επιλέγουν να λαμβάνουν αποκλειστικά αιτήματα διαδρομής από γυναίκες επιβάτιδες, ενώ οι επιβάτιδες έχουν τη δυνατότητα να ζητούν διαδρομές από γυναίκες οδηγούς. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να δημιουργηθεί ένα πιο συμπεριληπτικό περιβάλλον, που θα ενθαρρύνει περισσότερες γυναίκες να ενταχθούν στο δίκτυο οδηγών. Η λειτουργία δεν αποκλείει κανέναν από την πλατφόρμα, αλλά προσθέτει περισσότερες επιλογές για όσους τις χρειάζονται.

Η ιδέα του «Uber για Γυναίκες» γεννήθηκε το 2019 στη Σαουδική Αραβία, μετά τον ιστορικό νόμο που έδωσε στις γυναίκες το δικαίωμα να οδηγούν. Η ανταπόκριση ήταν ιδιαίτερα θετική, οδηγώντας στην παγκόσμια εξάπλωσή του. Σήμερα, η λειτουργία είναι διαθέσιμη σε 40 χώρες και έχει πραγματοποιήσει περισσότερες από 100 εκατομμύρια διαδρομές, αποδεικνύοντας τη σημασία της για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης στις μετακινήσεις. Στην Ελλάδα, η παρουσία των γυναικών οδηγών στην πλατφόρμα αυξάνεται σταθερά. Μόνο τους μήνες Μάρτιο και Απρίλιο 2025, το 9% των νέων εγγραφών οδηγών ήταν γυναίκες -ποσοστό υπερδιπλάσιο του μέσου όρου (4%) - ενώ οι γυναίκες οδηγοί αντιπροσωπεύουν πλέον περίπου το 4% του συνόλου, ποσοστό υψηλότερο από τον μέσο όρο της EMEA. Η Σαρίτα Βαρούχ, γενική διευθύντρια της Uber Greece, δήλωσε: «Η ενδυνάμωση των γυναικών είναι προτεραιότητα για εμάς. Μέσω του 'Uber για Γυναίκες' προσφέρουμε μια επιλογή που ενισχύει την ασφάλεια και την άνεση, ενώ ενθαρρύνουμε περισσότερες γυναίκες να γίνουν μέλος της κοινότητας οδηγών.»

Η ΑΝΤΩΝΙΑ ΣΚΑΡΑΚΗ ΣΤΑ ERMIS AWARDS



Η **Αντωνία Σκαράκη**, Owner και Creative Director της A.S. Strategy, Branding & Communication, είναι η πρόεδρος της Κριτικής Επιτροπής Branding & Design στα φετινά Ermis Awards. Με πάνω από 30 χρόνια εμπειρίας και δεκάδες βραβεία στην Ελλάδα και το εξωτερικό, ειδικεύεται στο brand transformation. Το 1993 ίδρυσε την Karamella και υπήρξε ιδρυτικό στέλεχος της Looking Advertising, ενώ σήμερα ηγείται της A|S Strategy με πελάτες σε τέσσερις ηπείρους. Έχει εκπροσωπήσει την Ελλάδα στη Biennale της Ρώμης, συνδιοργάνωσε τα Athens Design Games 2003 και το Green Design Festival 2009, ενώ το 2018 ήταν ομιλήτρια TEDx. Το 2023 δημιούργησε το Metaform, με δύο διακεκριμένες εκδόσεις σε Ευρώπη και Ασία.

ΑEGEAN: NEA CORPORATE AFFAIRS & COMMUNICATIONS DIRECTOR Η ΜΑΡΙΝΑ ΒΑΛΒΗ



Η AEGEAN ανακοίνωσε ότι η **Μαρίνα Βάλβη** αναλαμβάνει καθήκοντα Corporate Affairs & Communications Director, έχοντας υπό την ευθύνη της την εταιρική επικοινωνιακή στρατηγική και την ενίσχυση της εικόνας της εταιρείας. Η νέα της θέση αντικατοπτρίζει τη δέσμευση της AEGEAN στην ανάπτυξη και αξιοποίηση των στελεχών της, επιβεβαιώνοντας την επένδυση στον εσωτερικό της οργανισμό. Η Μαρίνα Βάλβη εντάχθηκε στην AEGEAN το 2013 ως Head of Loyalty, ενώ το 2019 ανέλαβε τη θέση της Marketing Director, συμβάλλοντας καθοριστικά στη στρατηγική marketing της εταιρείας. Προηγουμένως είχε διατελέσει CRM Manager και CRM & E-commerce Manager στην Olympic Air. Η AEGEAN ευχαρίστησε θερμά τη Μαρίνα Σπυριδάκη για τη συνεισφορά της και της ευχήθηκε καλή επιτυχία στα επόμενα βήματά της.

ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΗΝ ΗΓΕΣΙΑ ΤΗΣ GSK ΕΛΛΑΔΟΣ



Η GSK Ελλάδος ανακοίνωσε ότι η **Lizzie Champion** αναλαμβάνει τον ρόλο της προέδρου του Διοικητικού Συμβουλίου και διευθύνουσας συμβούλου, αναλαμβάνοντας την ευθύνη για το σύνολο της εταιρικής δραστηριότητας στη χώρα. Με περισσότερα από 20 χρόνια εμπειρίας στη διαχείριση φαρμακευτικών και βιοτεχνολογικών χαρτοφυλακίων, η κ. Champion έχει εξειδίκευση στα εμβόλια, τα ανοσολογικά και τα αναπνευστικά προϊόντα. Έχει διατελέσει γενική διευθύντρια της GSK Νέας Ζηλανδίας και επικεφαλής της Εμπορικής Διεύθυνσης του Ειδικού Αναπνευστικού Χαρτοφυλακίου στο Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ πρόσφατα είχε την παγκόσμια ευθύνη εμπορικής διαχείρισης του κορυφαίου εμβολίου ενηλίκων της GSK. «Αποτελεί τιμή να αναλαμβάνω αυτόν τον ρόλο, με στόχο να συμβάλω στη συνεχή ανάπτυξη της GSK στην Ελλάδα», δήλωσε η ίδια.

Νίκη της Ελεονώρας Μελέτη στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο: Στην Ολομέλεια το ψήφισμα για το δικαίωμα στην άμβλωση - Όχι άλλα πολιτικά παιχνίδια στις πλάτες των γυναικών

Με δυναμικό ξεκίνημα στη δεύτερη χρονιά της θητείας της στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, η Ελεονώρα Μελέτη κατέγραψε μια σημαντική πολιτική νίκη. Ως συντονίστρια του Ευρωπαϊκού Λαϊκού Κόμματος (ΕΛΚ) στην Επιτροπή Δικαιωμάτων των Γυναικών και Ισότητας των Φύλων (FEMM), εξασφάλισε την υιοθέτηση ψηφίσματος που στηρίζει την πρωτοβουλία «My Voice, My Choice» και διασφαλίζει το θεμελιώδες δικαίωμα των γυναικών στην άμβλωση. Το ψήφισμα ασκεί πίεση σε κράτη-μέλη όπου η άμβλωση παραμένει απαγορευμένη, καλώντας τα να αλλάξουν τη νομοθεσία τους και να προστατεύσουν την αυτοδιάθεση των γυναικών. Η έγκριση του ψηφίσματος ανοίγει πλέον τον δρόμο ώστε να συζητηθεί στην Ολομέλεια του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, ενισχύοντας την πίεση προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να αναλάβει συγκεκριμένη νομοθετική δράση. Πρόκειται για μια καθαρή απάντηση σε όσους επιχειρούν να εργαλειοποιήσουν τα δικαιώματα των γυναικών για πολιτικά οφέλη, χωρίς να προσφέρουν απτά αποτελέσματα.

Η Ελεονώρα Μελέτη υπογράμμισε ότι η υπεράσπιση των θεμελιωδών δικαιωμάτων απαιτεί πράξεις και στρατηγική, όχι απλώς ρητορικές αντιπαραθέσεις. Με αποφασιστικότητα και πολιτική βούληση, έδειξε ότι η πραγματική πρόοδος επιτυγχάνεται όταν οι θεσμοί λειτουργούν προς όφελος των πολιτών και ειδικά των γυναικών.



Ελεονώρα Μελέτη

Ευρωβουλευτής (ΕΛΚ, ΝΔ)

Συντονίστρια FEMM - Επιτροπή Δικαιωμάτων των Γυναικών και Ισότητας των Φύλων

Μέλος CULT - Επιτροπή Πολιτισμού και Παιδείας

Μέλος EMPL - Επιτροπή Απασχόλησης και Κοινωνικών Υποθέσεων



messinian
spa

Φροντίδα και ενυδάτωση
Σώμα / Πρόσωπο / Μαλλιά
μετά τις διακοπές

www.messinianspa.gr

POST-HOLIDAY HYDRATION

PRECIOUS HAIR OIL

BEAUTY OIL 3 in 1
Σώμα / Πρόσωπο / Μαλλιά

Olive & Vegan Keratin
HAIR MASK

BODY YOGURT

SUGAR BODY SCRUB



messinian spa

messinianspa

ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ ΣΕ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΣΗΜΕΙΑ

All Day Chic

Η ζωή σου είναι γεμάτη ραντεβού, deadlines και απρόοπτα, κι όμως θέλεις πάντα να δείχνεις κομψή χωρίς να χάνεις την άνεσή σου. Τα σωστά outfits σε ακολουθούν από το πρωί μέχρι το βράδυ, αλλάζοντας χαρακτήρα μόνο με ένα ζευγάρι παπούτσια ή μια τσάντα.



Ξεκινάς για τη δουλειά κάνοντας μια γρήγορη στάση για καφέ; Φόρεσε το ασπρόμαυρο σύνολο Zara, ολοκληρώνοντάς το με loafers Haralas σε animal print. Είναι άνετο, χαρίζει στυλ και σε βάζει σε mood παραγωγικότητας από νωρίς.

Μετά τη δουλειά έχεις κανονίσει ένα χαλαρό ποτό με φίλες; Εκεί έρχεται το μαύρο φόρεμα DKNY με πιέτες.



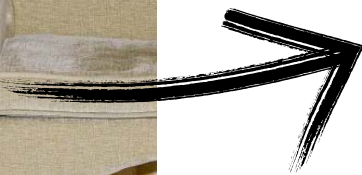
Έχεις meeting στο γραφείο; Το ίδιο outfit απογειώνεται αν αντικαταστήσεις τα loafers με μαύρες μπότες Kalogirou. Ξαφνικά, η εικόνα σου γίνεται πιο αυστηρή, πιο δυναμική, και δείχνεις έτοιμη να κλείσεις κάθε επαγγελματική συμφωνία με αυτοπεποίθηση.



Στο γραφείο το φόρεσες με κομψές μπορντό γόβες Kalogirou, αλλά τώρα το συνδυάζεις με μια μπορντό tote bag και γυαλιστερές μπότες Tsakiris Mallas που κλέβουν τις εντυπώσεις. Έτσι, το ίδιο φόρεμα γίνεται άνετο και παραμένει βραδυνό χωρίς καμία επιπλέον προσπάθεια.



Όμως και το Σάββατο θέλεις να κάνεις τις βόλτες σου! Γι' αυτό, το midi τζιν φόρεμα H&M είναι το κομμάτι που σου λύνει τα χέρια ή ένα ανάλαφρο φόρεμα σε φαρδιά γραμμή από H&M. Και τα δύο είναι ιδανικά.



Με ασπρόμαυρα αθλητικά Halaras δείχνει ιδανικό για brunch και περίπατο στην αγορά, ενώ με τις καουμπόικες μπότες Tsakiris Mallas αποκτά μια country διάθεση για μια απογευματινή βόλτα στην πόλη.





Style Legs

Η νέα συλλογή Fashion Tights επιστρέφει δυναμικά αυτή τη σεζόν
με τη δαντέλα σε πρωταγωνιστικό ρόλο

CALZEDONIA.COM



YOUTH LAB. Sensitive Hydrobiome

Για σένα που ξέρεις τι θα πει ευαίσθητο δέρμα, η σειρά Sensitive Hydrobiome έρχεται σαν “ασπίδα” ηρεμίας. Με καθαριστικό, 24ωρη κρέμα και μάσκα, χαρίζει αποκατάσταση του μικροβιώματος, ενυδάτωση και άμεση ανακούφιση από κοκκινίλες ή ερεθισμούς.

Next Level BEAUTY

Η νέα σεζόν φέρνει μαζί της και φρέσκες προτάσεις στην περιποίηση προσώπου, σώματος και μαλλιών. Από την ηρεμία της επιδερμίδας μέχρι τη λάμψη των μαλλιών και το απόλυτο spa-at-home, οι μεγαλύτερες μάρκες μας συστήνουν τις καινοτομίες τους, κι εμείς δε χάνουμε την ευκαιρία να τις απολαύσουμε.

Filorga Hydra-Hyal

Η «δίψα» της επιδερμίδας μετά το καλοκαίρι βρίσκει λύση στη σειρά Hydra-Hyal, με πέντε διαφορετικά είδη υαλουρονικού οξέος. Ο ορός, η κρέμα και το νέο Hyalu-Filler Lips υπόσχονται φρεσκάδα, όγκο και λάμψη σε χρόνο-ρεκόρ.



The Body Shop Spa of the World™

Ένα spa στο σπίτι, το έχεις ανάγκη και σε ταξίδι με υφές και αρώματα εμπνευσμένα από διαφορετικές κουλτούρες. Από την Japanese Camellia Body Cream μέχρι το Brazilian Cupuaçu Scrub-in-Oil, κάθε προϊόν είναι μια εμπειρία πολυτέλειας για το σώμα και τις αισθήσεις σου.



L'Oréal Professionnel Absolut Repair Molecular

Τα μαλλιά σου χρειάζονται μια δεύτερη ευκαιρία; Με το νέο Bi-Phase Oil την έχουν. Μια μοριακή επανόρθωση που επαναφέρει έως και δύο χρόνια φθοράς, χαρίζοντας απαλότητα, έλεγχο φριζαρίσματος και εκτυφλωτική λάμψη.



Shiseido Vital Perfection Eye Cream

Η κρέμα ματιών που ανορθώνει, συσφίγγει και φωτίζει την περιοχή των ματιών, που μετά από τόσες ώρες σε μια οθόνη, το έχουμε ανάγκη. Με Retinol ACE, τεχνολογία SafflowerRED™ και ειδικό εργαλείο μασάζ, μετατρέπει τη φροντίδα σε τελετουργία ευεξίας.

RESVERATROL-LIFT

ΣΥΣΦΙΞΗ ΚΑΙ ΦΡΕΣΚΑΔΑ

Ο **Instant Firming Serum** χαρίζει πιο σφριγηλή όψη και μειώνει ρυτίδες, ενώ η **Firming Cashmere Cream** αγκαλιάζει το δέρμα με πολυτέλεια και το αφήνει πιο λείο μέρα με τη μέρα.



VINOSOURCE-HYDRA

ΕΝΥΔΑΤΩΣΗ ΣΤΟ ΜΑΞΙΜΟΥΜ

Ο **Vino Hydra Serum** επαναφέρει την υγρασία άμεσα, ενώ το **Grape Water Gel Moisturizer** δροσίζει και καταπραύνει χωρίς να βαρύνει.



CAUDALIE

PARIS



Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΟΥ ΣΤΑΦΥΛΙΟΥ!

Δεν είναι τυχαίο που η Caudalie έχει αποκτήσει πιστό κοινό σε όλο τον κόσμο. Με ρίζες στα γαλλικά αμπέλια και φιλοσοφία που συνδυάζει τη φύση με την επιστήμη, δημιουργεί σειρές που μιλούν σε κάθε τύπο επιδερμίδας. Είτε παλεύεις με ατέλειες, είτε θες περισσότερη λάμψη, είτε ζητάς ενυδάτωση σε βάθος, υπάρχει μια συλλογή έτοιμη να γίνει η δική σου αγαπημένη.

VINOPURE

Η ΛΥΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΤΕΛΕΙΕΣ

Αν η επιδερμίδα σου είναι μικτή ή λιπαρή, η σειρά αυτή είναι για σένα. Ο **Blemish Control Salicylic Serum** καθαρίζει πόρους και περιορίζει σπυράκια, ενώ το **Purifying Gel Cleanser** καθαρίζει απαλά αλλά και αποτελεσματικά.



ΤΑ "MUST-HAVES" ΠΟΥ ΛΑΤΡΕΥΟΥΝ ΟΛΟΙ

Η Caudalie έχει και προϊόντα-σταρ που έχουν γίνει λατρεία:



Η **Vinothérapeut Hand & Nail Cream**, για απαλά, περιποιημένα χέρια.



Το **Thé des Vignes Body Lotion**, με το χαρακτηριστικό άρωμα που κάνει το βράδυ πιο αισθησιακό.



Η **Instant Detox Mask**, με ροζ άργιλο, που αποτοξινώνει και καθαρίζει σε λίγα λεπτά.



Το **Beauty Elixir**, ένα σπρέι που χαρίζει λάμψη και αναζωογόνηση μέσα στη μέρα.



VINOPERFECT

ΓΙΑ ΤΗ ΛΑΜΨΗ ΠΟΥ ΖΗΤΑΣ

Ο εμβληματικός **Radiance Serum** δουλεύει εντακτικά στις καφέ κηλίδες, ενώ η **Dark Spot Correcting Glycolic Night Cream** κάνει την απολέπιση παιχνιδάκι, ώστε να ξυπνάς κάθε πρωί με πιο ομοιόμορφο και φωτεινό δέρμα.





La Collezione

Μία limited edition που αντανakλά τη γυναικεία τόλημ

INTIMISSIONI.COM

Gloss like a BOSS

Σε μια καθημερινότητα που τρέχει γρήγορα και μας πιέζουν διαρκώς τα deadlines, το μακιγιάζ δεν είναι πολυτέλεια, αλλά εργαλείο. Φυσικά, δεν μιλάμε για υπερβολές ούτε για ατέλειωτες ώρες μπροστά στον καθρέφτη, αλλά για στρατηγικές επιλογές προϊόντων που μας βοηθούν να δείχνουμε όμορφες, δυναμικές και σίγουρες σε κάθε μας βήμα.



MAYBELLINE - LIFTER GLAZE LIP OIL BALM ACAI GLAZE

Ενυδατώνει, γεμίζει και δίνει διακριτική λάμψη.

MD PROFESSIONNEL - MAXVOLUME

Για βλέμμα με ένταση, χωρίς να χρειάζεται δεύτερο πέρασμα μέσα στη μέρα.



MD PROFESSIONNEL - EYESHADOWS CLICK SYSTEM

Χαρίζει φυσικό αποτέλεσμα και ταιριάζει με κάθε outfit.



L'ORÉAL PARIS - 24H FACE SCULPTOR CONTOURING STICK FAIR LIFT

Ανακάλυψε το Infaillible 24h Face Sculptor, ένα κρεμώδες στικ ιδανικό για highlighting και contouring. Ανορθώνει, σμιλεύει, σχηματίζει και φωτίζει το πρόσωπο. Δεν μεταφέρεται και διαρκεί έως και 24 ώρες. Εύκολη και ακριβής εφαρμογή. Αντιστέκεται σε νερό, θερμότητα, ιδρώτα και λιπαρότητα.



L'ORÉAL PARIS - SUPER BLENDABLE FACE FOUNDATION IN NEUTRAL

Για το True Match Foundation Προσώπου, δεν υπάρχουν όρια ανάμεσα στο μακιγιάζ και την περιποίηση προσώπου. Πλέον μπορείς να έχεις και τα δυο, με ένα foundation που καλύπτει τις ατέλειες, ενώ ταυτόχρονα περιποιείται και φροντίζει την επιδερμίδα σου. Ομοιόμορφο, φυσικό αποτέλεσμα. Γίνεται ένα με την επιδερμίδα.



ESSENCE - GIMME GLOW HIGHLIGHTER

Αναδεικνύει τα σωστά σημεία του προσώπου χωρίς να φαίνεται βαρύ.



ESSENCE - BABY GOT BLUSH

Δίνει τη φρεσκάδα που χρειάζεσαι μετά από ώρες γραφείου.





Ξεκινούν οι νέοι κύκλοι των επιμορφωτικών δράσεων για την ισότητα των φύλων στο πλαίσιο του προγράμματος EQUALL της Πειραιώς

Η Τράπεζα Πειραιώς, στο πλαίσιο του προγράμματος EQUALL - Για μια Κοινωνία Ισότιμων Ανθρώπων, συνεχίζει με συνέπεια την υλοποίηση των επιτυχημένων δράσεων Women Founders and Makers, Women Back to Work και Women in Agriculture που εντάσσονται στον πυλώνα της Ισότητας των Φύλων. Από τον Μάρτιο 2022, που η Τράπεζα δημιούργησε το πρόγραμμα **EQUALL**, έως και σήμερα, 2.049 γυναίκες έχουν ωφεληθεί από τις δράσεις αυτές.

Οι αιτήσεις για τη συμμετοχή στον 8ο κύκλο των δράσεων Women Founders and Makers και Women Back to Work, καθώς και στον 7ο κύκλο του Women in Agriculture, που υλοποιούνται σε συνεργασία με την 100mentors, έχουν ξεκινήσει και θα διαρκέσουν μέχρι και τις **23 Οκτωβρίου 2025**.

Το πρόγραμμα Εταιρικής Υπευθυνότητας EQUALL - Για μια Κοινωνία Ισότιμων Ανθρώπων, υλοποιείται σταθερά από το 2022. Αντανακλά τη στρατηγική δέσμευση της Πειραιώς να συμμετέχει ενεργά στο κοινωνικό γίγνεσθαι με πρωτοβουλίες και δράσεις διαχρονικού χαρακτήρα, που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της ελληνικής κοινωνίας για βιώσιμη ανάπτυξη και πρόοδο. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει ένα σύνολο δράσεων που συμβάλλουν στην ισότητα των

φύλων, στην εξάλειψη των έμφυλων στερεοτύπων, καθώς και την υποστήριξη των παιδιών, της νέας γενιάς και των ευάλωτων κοινωνικών ομάδων.

Στον πυλώνα της Ισότητας των Φύλων του EQUALL εντάσσονται οι ακόλουθες δράσεις:

Women Founders and Makers

Απευθύνεται σε όλες τις γυναίκες που έχουν δημιουργήσει ή επιθυμούν να αναπτύξουν τη δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα και αναζητούν σχετική επιμόρφωση και εξειδικευμένη υποστήριξη.

Το πρόγραμμα είναι τρίμηνης διάρκειας και αποτελείται από δύο σκέλη:

- Επιμόρφωση (Learning by studying) συνολικής διάρκειας 38 ωρών, η οποία χωρίζεται σε 5 ενότητες, και
- Δεξιότητες Παραγωγικής Τεχνητής Νοημοσύνης (Generative Artificial Intelligence / GenAI) και Mentoring (Learning by doing), για την ανάπτυξη των οριζόντιων δεξιοτήτων των συμμετεχουσών, την προσωποποιημένη καθοδήγηση και την εμβάθυνση των γνώσεών τους, τόσο μέσω της επικοινωνίας τους με έμπειρους μέντορες, όσο και με μηχανές παραγωγικής τεχνητής νοημοσύνης (GenAI).

Επιπρόσθετα, με γνώμονα την προώθηση της ισότητας πρόσβασης των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριότητα, η Τράπεζα προσφέρει αποκλειστικά για γυναίκες επιχειρηματίες το «Πειραιώς EQUALL 360°», μια ολοκληρωμένη πρόταση προϊόντων και υπηρεσιών, με ειδική τιμολόγηση και προνόμια.

Women Back to Work

Απευθύνεται σε όλες τις γυναίκες που επιθυμούν να επιστρέψουν δυναμικά στην αγορά εργασίας, είναι τρίμηνης διάρκειας και αποτελείται από δύο σκέλη:

- α) Επιμόρφωση (Learning by studying) συνολικής διάρκειας 32 ωρών, η οποία χωρίζεται σε 4 ενότητες, και
- β) Δεξιότητες Παραγωγικής Τεχνητής Νοημοσύνης και Mentoring (Learning by doing), για την ανάπτυξη των οριζόντιων δεξιοτήτων των συμμετεχουσών και την αποτελεσματική αλληλεπίδρασή τους με την Παραγωγική Τεχνητή Νοημοσύνη, καθώς και προσωποποιημένη καθοδήγηση από ειδικά καταρτισμένη κοινότητα μεντόρων.

Women in Agriculture

Απευθύνεται σε όλες τις γυναίκες που δραστηριοποιούνται ή σκοπεύουν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση στον αγροτικό τομέα.

Το πρόγραμμα είναι τρίμηνης διάρκειας και αποτελείται από δύο σκέλη:

- α) Επιμόρφωση (Learning by studying) και βιωματική μάθηση, συνολικής διάρκειας 26 ωρών. Οι θεματικές που καλύπτει αφορούν στην ψηφιοποίηση του αγρού, την επιχειρηματικότητα και τη μετάβαση προς την πράσινη γεωργία. Επιπλέον, περιλαμβάνει και τομεακή επιμόρφωση με θεματολογία ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τον τομέα δραστηριότητας των συμμετεχουσών. Στο πλαίσιο της επιμόρφωσης, πραγματοποιούνται επίσης ζωντανές συνεδρίες (βιωματική μάθηση) με αγρότισσες/αγρότες που παρουσιάζουν βέλτιστες πρακτικές της καλλιέργειας ή/και της επιχείρησής τους, και
- β) Δεξιότητες Παραγωγικής Τεχνητής Νοημοσύνης και Mentoring (Learning by doing), ίσης διάρκειας με την επιμόρφωση, για την ανάπτυξη των οριζόντιων δεξιοτήτων των συμμετεχουσών, την προσωποποιημένη καθοδήγηση και την εμβάθυνση των γνώσεών τους, τόσο μέσω της επικοινωνίας τους με έμπειρους μέντορες, καθηγητές και επαγγελματίες στον αγροδιατροφικό τομέα, όσο και με μηχανές GenAI.

Σε όλες τις παραπάνω δράσεις, το Mentoring και η Ανάπτυξη Δεξιοτήτων με την αξιοποίηση της Παραγωγικής Τεχνητής Νοημοσύνης (GenAI), σχεδιάστηκαν και υλοποιούνται σε



ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



PIRAEUS BANK
EQUALL

συνεργασία με την 100mentors. Επιπρόσθετα, οι ενότητες επιμόρφωσης διαμορφώνονται και πραγματοποιούνται σε συνεργασία με το Alba Graduate Business School, The American College of Greece και την Αμερικανική Γεωργική Σχολή για τις αγρότισσες επιχειρηματίες.

Profession has no Gender

Στην ενίσχυση της Ισότητας των Φύλων, συμβάλλει από το 2022 και το πρόγραμμα Profession has no Gender, το οποίο εντάσσεται στον πυλώνα της Νέας Γενιάς και υλοποιείται σε συνεργασία με το The Tipping Point.

Απευθύνεται στους μαθητές και τις μαθήτριες δημόσιων δημοτικών, γυμνασίων και λυκείων ανά την Ελλάδα και έχει ως στόχο να ευαισθητοποιήσει τη νέα γενιά όσον αφορά στην επιλογή επαγγέλματος σε σχέση με τα έμφυλα στερεότυπα που αναπαράγονται και λειτουργούν ως τροχοπέδη στις επιλογές τους σχετικά με το επάγγελμα που επιθυμούν να ακολουθήσουν. Στο πλαίσιο αυτό, οι μαθητές και οι μαθήτριες διασυνδέονται με μέντορες από την Ελλάδα και το εξωτερικό που δραστηριοποιούνται σε επαγγέλματα που είναι στερεοτυπικά συνυφασμένα με το διαφορετικό φύλο.

Ιδιαίτερα ενθαρρυντικό είναι το γεγονός ότι από το 2022 που ξεκίνησε έως το 2024, στο πρόγραμμα συμμετείχαν συνολικά 6.753 μαθητές/τριες πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα συνεχίζεται και για το σχολικό έτος 2025/2026 με στόχο να διατεθεί σε 3.500 επιπλέον μαθητές και μαθήτριες.

Μάθετε περισσότερα για τις δράσεις στο πλαίσιο του EQUALL και δηλώστε συμμετοχή στο <https://www.piraeusbank.gr/el/etairiki-ipeftthinotita/koinonia>

Εκδότης

Κώστας Νόσσης

Γενικός Διευθυντής

Θανάσης Λασκούδης

Διεύθυνση

Ειρήνη Νόσση

Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

Σύνταξη:

Έλενα Αλεξίου, Κωνσταντίνος Καβαλάρης,
Πέτρος Κυπραίος, Δήμητρα Μήτκα,
Θεοδώρα Νικολοπούλου, Αγγελική Νόσση,
Βαρβάρα Ντέντη, Ελένη Σαραντάκη, Δημήτρης Σκιάνης
Φωτογραφίες: Παντελής Μαργακούτσος
Διαφήμιση: Έλλη Μαστρομανώλη
Υπεύθυνη Παραγωγής: Ελένη Καπιτσάκη
Δtp: Φάνης Ζέρβας, Νίκος Χαλκιαδάκης
Λογιστήριο: Ανδρέας Λουλάκης

Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press

Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,

Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS