

women in digital

ΤΕΥΧΟΣ 11 // ΜΑΡΤΙΟΣ 2023

Μαρία Παπαθανασίου - Αρώνες

ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ OUTSTAND.

“Αποφεύγουμε
τη συμβατικότητα
και προτείνουμε πάντα
κάτι διαφορετικό!”

WOMEN IN *Highlights*



**ΔΗΜΗΤΡΑ
ΚΑΛΑΝΤΩΝΗ**
ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ



**ΞΕΝΗ
ΜΠΑΪΡΑΚΤΑΡΗ**
GLOBAL MARKETING LEAD |
SENIOR BRAND MANAGER EU
PHILIPS MONITORS
& IT ACCESSORIES



ΜΑΡΙΑ ΞΥΤΑΚΗ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ
ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ,
ΟΜΙΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΣΑΡΑΚΑΚΗ



ΕΙΡΗΝΗ ΠΑΡΣΑ
DIRECTOR OF MARKETING
& COMMUNICATIONS, EQUALITY,
DIVERSITY & INCLUSION
NAK SHOES



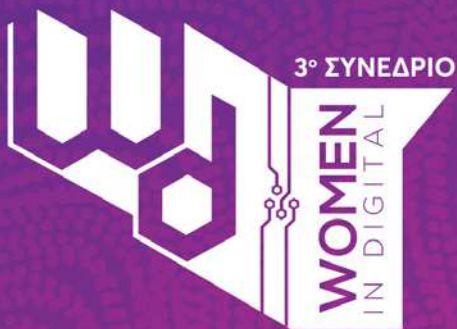
Hot Topics

- ✓ Τον ρόλο της Γενικής Διευθύντριας στην Ελληνική Ολυμπιακή Επιτροπή (ΕΟΕ) ανέλαβε η **Υβέτ Κοσμετάτου**, η οποία μέχρι πρόσφατα εκτελούσε χρέη Chief Marketing & Communication Officer στον όμιλο Lamda Development.
- ✓ Στο δυναμικό της **Haribo** εντάχθηκε τον τρέχοντα μήνα η **Χριστίνα Σαμπάνη**, αναλαμβάνοντας τον ρόλο της Country Manager. Στο παρελθόν, η Χ. Σαμπάνη είχε διατελέσει, μεταξύ άλλων, National Accounts Manager GR-CY-MT στη Mars και Group Key Customer Manager στην Coca-Cola HBC.
- ✓ Τη θέση της Digital Account Director στη Webjar αναλαμβάνει η **Ελένη Αργυροπούλου** προερχόμενη από την TNC Digital Media Group, όπου εργάστηκε τα τελευταία 8 χρόνια, από τη θέση της Commercial Director και Commercial Manager. Παλαιότερα, εργάστηκε στην Ogilvy Greece, αναλαμβάνοντας διαδοχικά τις θέσεις Group Account Director και Business Unit Director.
- ✓ Το WSPC παρουσίασε το Εκπαιδευτικό Σχήμα Ανάπτυξης Δεξιοτήτων για τις μπτέρες Μονογονεϊκής Οικογένειας «Γυναίκα 2023 - Τώρα μπορώ και εγώ», που θα διεξαχθεί σε συνεργασία με το Ίδρυμα Girard Basset Foundation. Πρωταγωνίστριες αυτού του εκπαιδευτικού σχήματος - που περιλαμβάνει την εκπαίδευση στο Κρασί, τα Αποστάγματα και τον Καφέ-Τσάι-Κακάο, θα είναι οι γυναίκες μονογονεϊκής οικογένειας, οι οποίες αναζητούν μία ευκαιρία επαγγελματικής κατάρτισης και καταξίωσης στο χώρο της εστίασης, της φιλοξενίας και του τουρισμού.
- ✓ Στην ανάπτυξη των υπηρεσιών της στην αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου, προχωρεί η εταιρεία διαμεταφοράς 3PL, Sarmed. Το πλάνο αυτό θα υλοποιηθεί από τη νέα της οργανωτική μονάδα e-Commerce Logistics, στο τιμόνι της οποίας θα βρίσκεται η κα Φωτεινή Σκαπινάκη, ως Head of e-Commerce Logistics.
- ✓ Τη Μαρία Καραπλή, μέχρι πρότινος Senior Marketing Associate, New Malls and Ventures της, αναβάθμισε η Lamda Development, αναθέτοντάς της τη θέση της Communications Manager του ομίλου.
- ✓ Τη θέση της Marketing & Shared Services General Director στην Γρηγόρης ανέλαβε η Άννα Κολυβά, μέχρι πρότινος Marketing Director της εταιρείας
- ✓ Τον ρόλο της Head of Corporate Communications στη Siemens Greece ανέλαβε η Ειρήνη Κουφάκη, διατηρώντας παράλληλα την τρέχουσα θέση της ως Country People and Organization (HR) Head.

Είναι τελικά άθραυστη η γυάλινη οροφή;

Πίσω στη δεκαετία του '80, οι των εταιρειών και τα στελέχη υποστήριζαν υποστηρίζουν ότι «...οι εργοδότες μπορούν να αξιοποιήσουν στο έπακρο τις γυναίκες στη διοίκηση προσδιορίζοντας έγκαιρα δύο ομάδες: τη γυναίκα "καριέρας", που μπορεί να εργάζεται πολλές ώρες, να προάγεται, να αλλάζει έδρα και να αντιμετωπίζεται σαν άντρας• και τη γυναίκα "καριέρας και οικογένειας", πολύτιμη για την εταιρεία για την προθυμία της να δεχτεί χαμηλότερες αμοιβές και μικρή πρόοδο σε αντάλλαγμα για ένα ευέλικτο πρόγραμμα που της επιτρέπει να καλύψει τις οικογενειακές ανάγκες». Έκτοτε αι τα πράγματα έχουν αλλάξει αρκετά όχι όμως τόσο ώστε να σπάσει η γυάλινη οροφή. Αυτή η διχοτόμηση, θυμίζει τη ρήση του Αϊνστάιν για το πώς τα προβλήματα δεν μπορούν να επιλυθούν με το ίδιο στυλ σκέψης που τα γέννησε. Είναι απαράδεκτο να περιμένουμε από τις γυναίκες να επιλέξουν μεταξύ επαγγελματικής ανέλιξης και οικογένειας. Ενώ όλοι και όλες έχουμε τις δικές μας αξίες και προτεραιότητες, ζητάμε από τις γυναίκες να συμμορφωθούν με μια κουλτούρα στο χώρο εργασίας θλιβερά ξεπερασμένη. Και δεν είναι μόνο οι γυναίκες που είναι απογοητευμένες. Οι άνδρες λαχταρούν επίσης περισσότερη ισορροπία, χρόνο με τις οικογένειές τους και ανάπτυξη προσανατολισμένη στο σκοπό. Είναι τελικά άθραυστη η γυάλινη οροφή; Η McKinsey4 μίλησε πρόσφατα για τον «μεγάλο χωρισμό» και ανέφερε ότι πολλές γυναίκες σε όλα τα επίπεδα του εργατικού δυναμικού φεύγουν για να βρουν τρόπους εργασίας που λειτουργούν καλύτερα για αυτές. Ένας από τους τρεις κύριους λόγους που αναφέρθηκαν ήταν η επιθυμία για καλύτερη εταιρική κουλτούρα, η οποία εκτιμά την ευημερία των εργαζομένων και το DE & i.

EDITORIAL



WOMEN IN DIGITAL



It's a

WOMAN'S DIGITAL WORLD!

07 ΜΑΡΤΙΟΥ 2023

DIVANI CARAVEL HOTEL



SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T. 210.5201500,
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr



facebook.com/InfoComConferences



instagram.com/infoomworld



youtube.com/InfoComWorld

www.womenindigital.gr

Μαρία Παπαθανασίου - Αρώνες

ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ OUTSTAND

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

Η συζήτηση με τη Μαρία Παπαθανασίου - Αρώνες είναι τόσο ενδιαφέρουσα όσο και απολαυστική. Χαρισματική και κοσμοπολίτισσα, ευγενική αλλά και αυστηρή και κυρίως συνεπής με την αρχές της, είναι η ιδρύτρια της Outstand Communications, φυσικό δημιουργήμα της επαγγελματικής της πορείας στο χώρο του PR consulting και της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Είναι ένα από τα πιο δυναμικά PR Agencies, το οποίο ασχολείται με όλο το πλέγμα της Επικοινωνίας, της Δημοσιότητας και των Δημοσίων Σχέσεων, προσφέροντας συμβουλευτικές υπηρεσίες για την ενίσχυση και την προβολή του brand των πελατών και μια πλειάδα σχετικών υπηρεσιών, από την οργάνωση εταιρικών events και επιχειρηματικών εκδηλώσεων, μέχρι branding και ανάπτυξη φήμης. Με έδρα την Κηφισιά, η Outstand Communications αποτελείται από μια ομάδα χαρισματικών ατόμων, εξειδικευμένων σε media strategies, στη παραγωγή πρωτότυπου και δημιουργικού περιεχομένου, αλλά και στη χάραξη μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής και τακτικών που προσθέτουν αξία σε κάθε πελάτη.

Έχετε δηλώσει ότι η Outstand είναι το 5ο σας παιδί... Πόσο χρόνο του αφιερώνετε και πως τα καυαφέρνητε;

Η δουλειά αυτή δεν σταματάει ποτέ. Οπότε, η απάντηση είναι «πάρα πολύ χρόνο». Ωστόσο, δεν θα τα κατάφερνα αν δεν υπήρχε ομαδική δουλειά και αν δεν υπήρχε η υποστήριξη που απολαμβάνω από τις/τους συνεργάτες μου και την οικογένειά μου.

Πόσο σας βοηθούν οι Τεχνολογίες και η online επικοινωνία στην εξοικονόμηση χρόνου; Ή χρειάζεστε και έξτρα χρόνο για αυτά (social media, e-shopping, πολλές online συσκέψεις);

Νομίζω, καταρχήν, ότι η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών μας βοηθάει να κερδίσουμε χρόνο και να μη χάνουμε την επαφή. Η πανδημία «νομιμοποίησε» κατά κάποιον τρόπο τη χρήση όλων αυτών, που σίγουρα μας διευκολύνουν και επιλύουν παραδοσιακά ζητήματα. Μπορεί, δηλαδή, στο παρελθόν να μιλούσαμε με κάποιον συνεργάτη στο εξωτερικό και να μην είχαμε δει ποτέ ούτε πώς μοιάζει, ούτε πώς είναι. Τώρα αυτά τα εμπόδια ξεπεράστηκαν και οι διαδικασίες επιταχύνονται. Η συνεργασία είναι καλύτερη, ενώ μειώθηκαν και τα εθιμοτυπικά business ταξίδια στο εξωτερικό και το εσωτερικό. Τώρα γίνονται, μόνο, τα πραγματικά απαραίτητα και έτσι έχουμε περισσότερο χρόνο για ουσιαστική εργασία.

Καθημερινά η μια μειά την άλλη οι εταιρείες - κολοσσοί ανακοινώνουν εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης. Πώς



πιστεύετε ότι μπορούν να αξιοποιηθούν στην καθημερινότητά σας; Έχετε μπει στη διαδικασία να τα ψάξετε, να δείτε πως λειτουργούν και αν ταιριάζουν με τη δουλειά σας;

Ασφαλώς, παρακολουθούμε τα πάντα -είναι μέρος της δουλειάς μας άλλωστε. Αντιμετωπίζω με δέος την τεχνολογική πρόοδο και είμαι «παιδί» της εποχής αυτής. Αλλά, ταυτόχρονα, πιστεύω ότι ο άνθρωπος, το ταλέντο, το χάρισμα, δεν μπορεί να αντιγραφεί. Και αυτό το βλέπουμε καθημερινά στη δουλειά μας. Η εμπειρία, το know-how, το συναίσθημα, δεν είναι εύκολο να αντικατασταθούν ή να υποκατασταθούν από εφαρμογές Α.Ι. όσο έξυπνες και αν είναι αυτές. Μπορούν, όμως, να ενταχθούν σε ένα περιβάλλον και να λειτουργήσουν συμπληρωματικά. Δεν μπορώ να σας πω περισσότερα για το μέλλον. Δεν μπορώ να γνωρίζω αν σε κάποια χρόνια οι account managers θα είναι avatars και θα ανταλλάσσουν σκέψεις με τους πελάτες, είμαι σίγουρη όμως ότι οι ανθρώπινες ποιότητες δεν γίνεται να καθούν και να τυποποιηθούν.

Τί διαφορά έχουν οι πολυεθνικοί - διεθνείς πελάτες έναντι των εγχώριων; Πού έχετε μεγαλύτερη ευελιξία να προτείνετε ιδέες και projects;

Θεωρώ ότι δεν υπάρχει κάποια αξιοσημείωτη διαφορά. Είναι θέμα ανθρώπων, όχι καταγωγής ή έδρας εταιρείας. Σημασία έχει να υπάρχουν «ανοικτά μυαλά», καλή συνεργασία και όλα γίνονται. Δεν ξεχωρίζουμε τους πελάτες με βάση την προέλευσή τους ή το μέγεθός τους και φροντίζουμε να είμαστε οι πιο έμπιστοι και οι αποτελεσματικοί συνεργάτες τους, ανεξαρτήτως τομέα ή χώρας.

Γιατί να συνεργαστεί κάποιος με την Outstand; Ποιο θεωρείτε ότι είναι το συγκριτικό της πλεονέκτημά;

Γιατί μας ενδιαφέρει πολύ η δουλειά μας και η επιτυχία των

πελατών μας. Αγαπάμε πραγματικά αυτό που κάνουμε, είναι η ζωή μας! Γιατί αποφεύγουμε τη συμβατικότητα και προτείνουμε πάντα κάτι διαφορετικό. Γιατί έχουμε μια υπέροχη ομάδα που έχει τεχνογνωσία και ενθουσιασμό. Γιατί βρισκόμαστε σε μια εξαιρετική περίοδο, επτά χρόνια μετά την ίδρυσή μας, πάνω σε ένα θετικό κύμα που φέρνει αποτελέσματα για τους πελάτες μας, κάτι που μας αποδίδει αναγνώριση και διακρίσεις!

Στην πρόσφατη έκθεση της ICCO (International Communications Consultancy Organisation) για το 2022-2023 αναφέρεται ότι #1 φαινόμενο διάκρισης στον χώρο του PR είναι το Φύλο, σε έναν κλάδο στον οποίο οι γυναίκες υπερτερούν. Ισχύει αυτό, ποιεύετε στην Ελλάδα;

Είναι ένα αναμενόμενο εύρημα και πραγματικά ισχύει στην Ελλάδα, καθώς οι περισσότεροι εργαζόμενοι στον κλάδο του PR είναι γυναίκες. Αυτό, όμως, δεν θεωρώ ότι γίνεται λόγω διακρίσεων. Πιστεύω ότι συμβαίνει γιατί κοινωνικοί λόγοι και εδραιωμένες συνήθειες ή αντιλήψεις αποτρέπουν τους άντρες από το να εργαστούν στο PR. Και αυτό, όμως, μπορεί να αλλάξει. Και τα δύο φύλα μπορούν να είναι multitaskers και να συνεργάζονται σε κάθε εργασιακό τομέα.

Στην ίδια έρευνα η συντριπτική πλειονότητα των γυναικών διαβεβαιώνουν ότι δεν πρόκειται να παραμείνουν στον κλάδο μετά τα 50 τους εφόσον εργάζονται σε εταιρεία PR. Αντιθέτως θα ξεπεράσουν τα 50 αν εργάζονται σε in house μμήμια PR μεγάλων επιχειρήσεων. Αρχικά πείτε μας αν αυτό ισχύει στη δική σας περίπτωση, τι σκέφτεστε για τα... 50 σας και δεύτερον θεωρείτε οκληρότερη την απασχόληση σε agency έναντι «εργασίας στον πελάτη» και γιατί;

Εγώ ψηφίζω agency! Αλλά για τον καθένα είναι το τι του ταιριάζει. Στην εταιρεία, κάθε μέρα είναι διαφορετική και είναι σαν την πρώτη μέρα. Είναι καταπληκτικό, σε ένα agency μπορείς να μαθαίνεις κάθε μέρα καινούρια πράγματα, κάτι που σε μια εταιρεία (in house) δύσκολα μπορεί να συμβεί. Είναι όμως, ξαναλέω, θέμα ανθρώπου. Αν κάποιος νιώθει ασφαλέστερα in house, δεκτό και αυτό. Όσον αφορά στην ηλικία των 50, είναι τόσο ευμετάβλητο το περιβάλλον και άγνωστο το μέλλον, που αποφεύγω να κάνω προβλέψιμες σκέψεις και σχέδια πάνω σε αυτό.

Είναι το PR γυναικεία υπόθεση;

Παρά τα συντριπτικά ποσοστά γυναικών που εργάζονται στον κλάδο δεν μπορώ να ισχυριστώ κάτι τέτοιο. Πιστεύω ότι και τα δύο φύλα, αλλά και όλοι οι σεξουαλικοί προσανατολισμοί μπορούν να είναι χρήσιμοι και αποτελεσματικοί στον τομέα. Άλλωστε, ο χώρος του PR είναι από τους πρωτοπόρους σε θέματα ισότητας και συμπερίληψης, διότι αποζητούμε την οπτική και την ενέργεια όλων, λειτουργώντας συνθετικά, αλλά και με μια φιλοσοφία που προηγείται της κάθε εποχής. Η εταιρική μας κουλτούρα είναι διάπλατα ανοικτή ώστε να επωφελείται και η εταιρεία και τα άτομα, να ξεφεύγουμε από τη συμβατικότητα και να εξελισσόμαστε. Στο σημείο αυτό, όμως, θα ήθελα να πω ότι η Outstand δεν αυτοπροσδιορίζεται ως εταιρεία Public Relations (Δημοσίων Σχέσεων), αλλά Στρατηγικής Επικοινωνίας. Δεν κάνουμε απλώς δημόσιες σχέσεις, αλλά «μπαίνουμε στα παπούτσια του πελάτη», οραματιζόμαστε το μέλλον του, χτίζουμε καλή φήμη με αφηγήματα και ιστορίες, εμπλεκόμαστε στο branding και στο marketing, είμαστε δίπλα του στις καλές αλλά και στις δύσκολες στιγμές, φροντίζοντας πάντα να καταλαμβάνουμε τις καλύτερες θέσεις της δημοσιότητας για να επικοινωνούμε τις αρετές και τις αξίες του.





Πώς πρέπει να αντιμετωπιστεί το working mother issue στην αγορά εργασίας; Πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη άδεια μητρότητας στις γυναίκες, θεωρείτε ότι πρέπει να μειωθεί το ωράριο, ότι πρέπει να υπάρχει ανεκτικότητα ή απλώς να υπάρχει πλήρης και καθολική ισοτιμία και στους δύο νέους γονείς;

Όλα αυτά που αναφέρετε είναι μέτρα για μια καλύτερη κοινωνία και για αποφασιστική υποστήριξη της γυναίκας και του γονεϊκού της ρόλου. Θα μπορούσα να διατυπωθούν και αρκετές άλλες προτροπές που μπορεί να ακουστούν και ως ευχολόγια -κάτι που θα ήθελα να αποφύγω. Μου αρέσει να είμαι πραγματίστρια στη ζωή και με δεδομένη την εμπειρία της ζωής μου στο εξωτερικό, νομίζω ότι ο στόχος πρέπει να είναι η εναρμόνιση με τις χώρες του δυτικού κόσμου και δη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ως μέλη της μεγάλης ευρωπαϊκής οικογένειας, η επιδίωξη πρέπει να είναι η νομοθετική εναρμόνιση με τις προηγμένες ευρωπαϊκές χώρες και ότι ισχύει εκεί, να ισχύσει και εδώ. Τάσσομαι υπέρ των γενναιοδωρων συστημάτων γονικής άδειας, με μια πιο ουδέτερη ως προς το φύλο προσέγγιση.

Ως Outstand, αλλά και ως πολύτεκνη μητέρα, έχω ιδιαίτερη ευαισθησία σε αυτά τα ζητήματα και προσπαθούμε πάντα να προσφέρουμε στις εργαζόμενες μαμάδες παραπάνω από όσα απλώς επιβάλλει η νομοθεσία, χωρίς να σημαίνει ότι έτσι επιλύονται όλα τα ζητήματα. Διότι, όπως έχει πει και ο Αριστοτέλης, όλα στη ζωή είναι ζητήματα Πολιτικής, από εκεί διέρχονται όλα.

Τί σας λείπει από την εποχή που ζήσατε στο εξωτερικό και δη στο Λονδίνο; Πού νιώθετε περισσότερο ο εαυτός σας; Είστε 100% Ελληνίδα ή cosmopolitan;

Έχω ζήσει στη Νέα Υόρκη, το Λονδίνο και το Μιλάνο. Νιώθω πολύιτης του κόσμου, αλλά αγαπώ υπερβολικά και την πατρίδα μου. Μερικές φορές αυτό που μου λείπει από το Λονδίνο είναι η δυνατότητα να περπατάω σε φαρδιά πεζοδρόμια, αλλά και η αβίαστη πρόσβαση στην Τέχνη, που σου προσφέρει αυτή η πόλη. Είναι τόσα πολλά τα ερεθίσματα που είναι αδύνατο να μείνεις αμέτοχη και σε κάνει να νιώθεις φανταστικά. Θα την αποκαλούσα πόλη - κίνητρο.

Σας ενοχλεί η ερώτηση «πώς συνδυάζετε μητρότητα με δουλειά»; Θεωρείτε ότι κρύβει πολύ... discrimination και σεξισμό μια και κανείς δεν ρωτά κάτι οχευκό έναν πολύτεκνο άνδρα;

Ναι, φυσικά, με ενοχλεί. Και χαίρομαι που stars, celebrities και αναγνωρίσιμες γυναίκες απαντούν σε αυτές τις ερωτήσεις ως εξής: «Θα κάνατε την ίδια ερώτηση σε έναν άνδρα; Δηλαδή, αν μπορεί να συνδυάσει πατρότητα με δουλειά;»

Πώς απαντάτε σε υπερβολικές απαιτήσεις ή σε αγχωτικούς πελάτες; Πώς τους διαχειρίζεστε;

Ευτυχώς, σπανίως έχουμε τέτοια φαινόμενα και κρίσεις. Ειλικρίνεια, ευγένεια, οργάνωση, σωστός προγραμματισμός είναι νομίζω στοιχεία που εξομαλύνουν και προλαμβάνουν οποιαδήποτε δύσκολη κατάσταση.

Πώς αποφορτίζεστε; Διάβασμα, social media, γυμναστική ή φίλοι;

Αυτό που πραγματικά με χαλαρώνει και με αναζωογονεί είναι η απόδραση στη Φύση. Είτε στο βουνό είτε στη θάλασσα, εκεί καθαρίζει το μυαλό μου, εκεί γεμίζω τις "μπαταρίες" μου. Μου αρέσει πολύ η γυμναστική επίσης, αλλά και να παρακολουθώ ποδόσφαιρο!

Αν πρέπει να δώσετε μια συμβουλή, μια ενιαία συμβουλή, και στα 4 παιδιά σας, ποια θα ήταν αυτή, ανεξαρτήτως φύλου/ ηλικίας;

Να ακούνε τη φωνή της καρδιάς τους και να κάνουν πράγματα που αγαπούν. Αυτά τους λέω συνεχώς, μαζί με άπειρα «πρόσεχε», «διάβασε» κ.λπ.



LI-LA-LO
JEWELS

ΣΥΝΤΑΓΜΑ | ΚΟΛΩΝΑΚΙ | ΚΗΦΙΣΙΑ | THE MALL ATHENS | NOTOS

Μαρία Ξυτάκη

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ
ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ,
ΟΜΙΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΑΡΑΚΑΚΗ

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

Όσο συνεχίζουμε να χρησιμοποιούμε όρους όπως «ανδροκρατούμενος κλάδος», «ενδυνάμωση γυναικών» και όσο επιμένουμε να αποδίδουμε διαφορετικά χαρακτηριστικά στους επαγγελματίες με βάση το φύλο τους, τόσο θα βάζουμε εμπόδια στο να αποδώσουν οι πολιτικές D&I, αναφέρει η Μαρία Ξυτάκη, Διευθύντρια Εταιρικών Υποθέσεων και Επικοινωνίας Όμιλος Επιχειρήσεων Σαρακάκη κάνοντας την ανατροπή σε ξεπερασμένες απαιτήσεις σε θέματα Ισότητας. Πράγματι, η Μαρία Ξυτάκη είναι ο κατάλληλος άνθρωπος στην κατάλληλη θέση. Για θέματα Ισότητας και Συμπερίληψης στον εργασιακό χώρο χρειάζονται δύο: Μια εταιρεία (εν προκειμένω ο όμιλος Σαρακάκη) και ένα στέλεχος. Πόσο μάλλον όταν δηλώνει ότι δεν διαθέτει ούτε γυναικεία, ούτε ανδρικά χαρακτηριστικά. Αλλά ανθρώπινα χαρακτηριστικά. Μια συζήτηση μαζί της έχει σίγουρα εξαιρετικό ενδιαφέρον.

Διαθέτεις μια πλούσια εμπειρία στο στρατηγικό marketing και την Επικοινωνία έχοντας δραστηριοποιηθεί στους τομείς των καταναλωτικών προϊόντων, της μόδας, της τεχνολογίας και ενημέρωσης, της εστίασης και ψυχαγωγίας, της ενέργειας, των χρηματοοικονομικών και τραπεζικών υπηρεσιών και του αυτοκινήτου. Ποιος κλάδος είναι αυτός που σας ταιριάζει περισσότερο;

Η επαγγελματική μου πορεία σε διαφορετικούς κλάδους έχει ως αποτέλεσμα να διαμορφώσω ένα κράμα γνώσεων από ποικίλα αντικείμενα γεγονός που με βοηθάει να σκέφτομαι πολυδιάστατα. Λένε πως πρέπει να κρίνεις μια κατάσταση με βάση τις συνθήκες τη χρονική στιγμή που συνέβη. Έτσι λοιπόν θα πω πως έχω αγαπήσει όλα τα αντικείμενα με τα οποία έχω καταπιαστεί όμως ο κλάδος του Mobility χαρακτηρίζεται από έναν δυναμισμό που μου ταιριάζει απόλυτα.

Να ρωτήσουμε το αυτονόητο: πόσο μεγάλη πρόκληση είναι για εσάς να έχετε την ευθύνη της εταιρικής επικοινωνίας μιας εταιρείας που βρίσκεται σε έναν ανδροκρατούμενο χώρο;

Η εμπειρία μου στον Όμιλο Επιχειρήσεων Σαρακάκη δεν μου έχει αφήσει περιθώριο να καταλάβω τι σημαίνει ανδροκρατούμενος χώρος. Έχω την τύχη να βρίσκομαι σε

έναν οργανισμό που η επιχειρηματική ηθική όπως και οι αρχές και οι αξίες του σεβασμού, της συνεργατικότητας και της συναδελφικότητας βρίσκονται στην καρδιά της εταιρικής μας κουλτούρας πάνω από έναν αιώνα, δηλαδή από την ίδρυση του Ομίλου.

Πρέπει να διαχωρίζουμε σήμερα ακόμη τις γυναίκες και τους άνδρες στον επαγγελματικό στίβο; Πρέπει να μιλάμε για ανδροκρατούμενους χώρους - «κάσιρα» ή οι πολιτικές D+I έχουν σημαντικά γεφυρώσει το χάσμα;

Όσο συνεχίζουμε να χρησιμοποιούμε όρους όπως «ανδροκρατούμενος κλάδος», «ενδυνάμωση γυναικών» και όσο επιμένουμε να αποδίδουμε διαφορετικά χαρακτηριστικά στους επαγγελματίες με βάση το φύλο τους, τόσο θα βάζουμε εμπόδια στο να αποδώσουν οι πολιτικές D&I. Κατά την άποψή μου η εφαρμογή των πολιτικών διαφορετικότητας και συμπερίληψης θα πρέπει να γίνεται αθόρυβα και αυτονόητα. Όσο το φωνάζουμε τόσο διαιωνίζουμε ένα νοσηρό κατεστημένο.

Σε τι κατά την εμπειρία σας μπορεί να διαφέρει μια εργαζόμενη από έναν άνδρα συνάδελφό της; Τί κάνει καλύτερα και τι χειρότερα ο καθένας; Ή δεν είναι θέμα φύλου αλλά ανθρώπου, χαρακτήρα και προσωπικότητας;

Είμαι απόλυτα πεπεισμένη ότι αν θέλουμε να βάλουμε το λιθαράκι μας στο να εκλείψουν οι διακρίσεις με βάση το φύλο στον επαγγελματικό στίβο, θα πρέπει να απαγκιστρωθούμε από τους όποιους σεξιστικούς χαρακτηρισμούς, ακόμα και αν τους χρησιμοποιούμε καλοπροαίρετα, με θετική χροιά. Ο κάθε άνθρωπος είναι μια ολοκληρωμένη προσωπικότητα με διαφορετικές εκφάνσεις. Ο κάθε άνθρωπος επαγγελματίας

«φέρνει» κάτι, έχει μια συνεισφορά και το έργο του έχει προστιθέμενη αξία.

Μπορεί να υπάρχει ισοότητα (μυθολογική, πρόσβασης σε excopt κá) σε επαγγελματικό χώρο όταν η (ζωή, πολιτική, κοινωνική, οικονομική είναι γεμάτη ανισότητες; Δεν είναι θέμα παιδείας, πολιτισμού και οικονομίας η Ισοότητα; Δεν προηγούνται αυτά για να ακολουθήσουν οι Επιχειρήσεις;

Προηγούνται η οικογένεια, το σπίτι και το σχολείο. Η κουλτούρα της ισότητας, η επικράτηση των κοινωνικών ταμπό που απομακρύνουν συνειδησιακά τους άνδρες από τις γυναίκες, η καλλιέργεια της έννοιας της αγάπης προς τον συνάνθρωπο άνευ όρων και ανεξαρτήτως γεωγραφικών ή δημογραφικών χαρακτηριστικών και ταυτοτήτων, ξεκινάνε από τότε που γεννιόμαστε και γαλουχούνται περαιτέρω στις σχολικές αίθουσες.

Ποια είναι αυτά τα γυναικεία χαρακτηριστικά που διαθέτει (σημασία στη λεπτομέρεια, ενουναίσθηση, multitasking) που σας βοηθούν να δώσετε τον καλύτερο εαυτό σας στο επαγγελματικό πεδίο;

Δεν έχω γυναικεία χαρακτηριστικά και δεν έχω ανδρικά χαρακτηριστικά. Έχω ανθρώπινα χαρακτηριστικά. Και γνωρίζω πολλούς άνδρες που δίνουν σημασία στη λεπτομέρεια, που έχουν ενουναίσθηση και που κάνουν multitasking.

Πως βλέπετε το ESG ως κρίσιμη παράμετρο για την εταιρική επικοινωνία; Βλέπετε ότι οι καταναλωτές έχουν ένα κάποιο φίλτρο όταν επιλέγουν brands και προτιμούν μάρκες που υιοθετούν βέλτιστες πρακτικές σε περιβάλλοντες και κοινωνικό επίπεδο, ακόμη και από πλευράς governance;

Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διαχειρίζονται με απόλυτη διαφάνεια τους στόχους που θέτουν και τους στόχους που κατακτούν επικοινωνώντας τους με συνέπεια και ευθύνη προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Το τελευταίο διάστημα παρατηρείται έντονα η τάση σε παγκόσμιο επίπεδο, οι καταναλωτές να προτιμούν τα brands και τις εταιρείες που εκφράζουν την ανθρώπινη πλευρά τους. Οργανισμούς που νοιάζονται, που προσφέρουν, που βοηθούν. Εταιρείες και μάρκες που εντάσσουν στους επιχειρηματικούς στόχους και ενσωματώνουν στην εταιρική τους διακυβέρνηση την έννοια της κοινωνικής αποστολής.

Μια από τις αξίες που διέπουν τον Όμιλο Επιχειρήσεων Σαρακάκη είναι η δέσμευσή μας να είμαστε χρήσιμοι και ωφέλιμοι. Μέσα από τον τρόπο που δραστηριοποιούμαστε, επιδιώκουμε να υπηρετούμε τον άνθρωπο και τις κοινότητες στις οποίες ζούμε. Έχουμε υιοθετήσει πρακτικές προστασίας του περιβάλλοντος, βοηθάμε κοινωνικές ομάδες που βρίσκονται σε ανάγκη, ενώ μέσα από καινοτόμα συστήματα διαχείρισης του Ανθρώπινου Δυναμικού, φροντίζουμε οι άνθρωποί μας να απολαμβάνουν όλοι ανεξαιρέτως τα ίδια προνόμια νιώθοντας παράλληλα ασφαλείς κοντά μας. Μέσα από συγκεκριμένες δράσεις εταιρικής υπευθυνότητας αλλά και από τον τρόπο λειτουργίας μας, δίνουμε έμφαση σε αξίες όπως η διαφύλαξη της δημόσιας υγείας, του περιβάλλοντος και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Την ίδια στιγμή υλοποιούμε προγράμματα κυκλικής οικονομίας και



Δεν έχω γυναικεία χαρακτηριστικά και δεν έχω ανδρικά χαρακτηριστικά. Έχω ανθρώπινα χαρακτηριστικά.

κοινωνικής αλληλεγγύης ενώ κάνουμε πράξη τις υπεύθυνες επενδύσεις.

Οι νέες παγκόσμιες προκλήσεις, της κλιματικής αλλαγής, των κοινωνικών προβλημάτων, των θεμάτων υγείας και ασφάλειας, επιβάλλουν οι επιχειρήσεις να λειτουργούν με έναν υπεύθυνο τρόπο στοχεύοντας όχι μόνο σε οικονομικές επιδόσεις και κερδοφορία αλλά και σε ενέργειες που θα βάζουν τον άνθρωπο και το περιβάλλον στο επίκεντρο σε ό,τι κάνουν.

Πόσο σας έχουν βοηθήσει στον τρέχοντα ρόλο σας οι γνώσεις Ψυχολογίας; Θα έπρεπε να μπει η Ψυχολογία σε όλες τις σχολές ως μάθημα;

Η αξία των σπουδών μας δεν έγκειται τόσο στις τεχνικές γνώσεις που αποκτάμε όσο στο πώς μας αλλάζουν τον τρόπο που σκεφτόμαστε. Σίγουρα η επιστημονική προσέγγιση της ανθρωπίνης ψυχοσύνθεσης και η μελέτη των διαφορετικών προσωπικοτήτων και συμπεριφορών βοηθούν στο πεδίο του Marketing και της Επικοινωνίας. Όμως, η σπουδή στην ανθρωπίνη ψυχή δεν ολοκληρώνεται με ένα πτυχίο. Είναι μία καθημερινή διαδικασία που το αποτέλεσμα της μας ανταμείβει όσο περισσότερο το «σκαλίζουμε» και το «ποτίζουμε».

Ασχολείστε με τον εθελοντισμό. Μεταξύ άλλων έχετε ιδρύσει τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό Clean Up Greece μέσω του οποίου έχετε προχωρήσει σε καθαρισμούς εκτάσεων και ακριών. Είναι οι γυναίκες πιο ευαισθητοποιημένες σε αυτόν τον τομέα;

Με μότο "Care. Clean. Share." (Νοιάζομαι. Καθαρίζω. Μοιράζομαι), η περιβαλλοντική πρωτοβουλία Clean Up Greece έχει θέσει ως στόχο να καλλιεργήσει στους πολίτες μία κουλτούρα ατομικής και συλλογικής υπευθυνότητας απέναντι στη μόλυνση του περιβάλλοντος και την κλιματική αλλαγή, αποτέλεσμα κυρίως της ανθρωπίνης παρουσίας και υπερδραστηριότητας στον πλανήτη.

Μέσα από τις δράσεις μας στοχεύουμε στο να ευαισθητοποιήσουμε το κοινό σε θέματα μείωσης της χρήσης πλαστικού, επαναχρησιμοποίησης και ανακύκλωσης (Reduce, Reuse, Recycle). Θέλουμε να εμπνεύσουμε και να δώσουμε κίνητρα στους πολίτες να καθαρίζουν εθελοντικά παραλίες, βυθούς, πάρκα, βουνά, ποτάμια και γειτονιές και να εντάξουν την ανακύκλωση στην καθημερινότητά τους. Επιπλέον, ελπίζουμε ότι η δράση μας αφυπνίζει την περιβαλλοντική συνείδηση όσων ρυπαίνουν προκειμένου τέτοιες ασυνείδητες συμπεριφορές να εκλείψουν άμεσα. Και τέλος, επιθυμούμε να συμβάλλουμε δυναμικά ώστε οι αρμόδιες αρχές και η πολιτεία να λειτουργήσουν πιο αποτελεσματικά, υπεύθυνα και συντονισμένα σε ό,τι αφορά την καθαριότητα, τη δημιουργική ανακύκλωση και τη διαχείριση αποβλήτων με ενημέρωση και εκπαίδευση της νέας γενιάς, των πολιτών και των επιχειρήσεων.

Είμαστε ευτυχείς που εισπράττουμε θετική και ενθουσιώδη ανταπόκριση από τους εθελοντές που συντάσσονται μαζί μας.

Πώς θα επιλέγατε ένα αυτοκίνητο, έχοντας τόσο εμπειρία; Βάσει design-χρώματος όπως αναφέρουν οι περισσότερες έρευνες ότι κάνουν οι γυναίκες (δεν το πιστεύουμε πλέον) ή βάσει άλλων τεχνικών χαρακτηριστικών (περιβαλλοντικό αποτύπωμα, οικονομία, ασφάλεια);

Το αυτοκίνητο πλέον δεν είναι απλώς ένα μεταφορικό μέσο. Είναι η προέκταση της ίδιας μας της ζωής. Και είμαι ευτυχής που εργάζομαι μεταξύ άλλων για την Honda, εταιρεία η οποία οδηγεί τις εξελίξεις στους τομείς της κινητικότητας, της ενέργειας και της ρομποτικής. Για μένα το κομμάτι



διαισθητικών και προηγμένων λειτουργιών συνδεσιμότητας και Infotainment παίζει καθοριστικό ρόλο. Από την μία, όταν οδηγώ στην κίνηση της πόλης, οι έξυπνες εφαρμογές είναι αναγκαίες καθώς υπάρχει ανάγκη να επικοινωνώ με συναδέλφους και συνεργάτες διατηρώντας παράλληλα την προσοχή μου στο δρόμο. Από την άλλη, ως λάτρης της καλής μουσικής, στις μακρινές διαδρομές, η απρόσκοπτη σύνδεση με τα Playlists και τις μουσικές εφαρμογές είναι αδιαπραγμάτευτη.

Επίσης, το να οδηγώ ένα αυτοκίνητο χαμηλών ή και μηδενικών ρύπων είναι για εμένα πλέον αδιαπραγμάτευτο. Η Honda είναι πολύ ξεκάθαρη ως προς αυτό καθώς έχει δεσμευθεί για επίτευξη της ουδετερότητας άνθρακα για όλα τα προϊόντα και τις εταιρικές δραστηριότητες

στις οποίες εμπλέκεται μέχρι το 2050. Στοχεύει στην ουσία σε "μηδενικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις" όχι μόνο για τα προϊόντα αυτά καθαυτά αλλά και για ολόκληρο τον προϊόντικό κύκλο ζωής, συμπεριλαμβανομένων των εταιρικών δραστηριοτήτων μέσω της ανθρακικής ουδετερότητας, της καθαρής ενέργειας και της ανακύκλωσης πόρων.

Η ασφάλεια είναι ένα άλλο μείζον κριτήριο κατά την επιλογή αυτοκινήτου. Το καινοτόμο και τεχνολογικά κορυφαίο Honda SENSING προσφέρει τα υψηλότερα επίπεδα ασφαλείας και μία ολοκληρωμένη σειρά κορυφαίων, προηγμένων τεχνολογιών και συστημάτων υποστήριξης οδηγού. Έτσι, εκφράζεται άριστα η φιλοσοφία της Honda, 'Man-Maximum, Machine-Minimum' (M/M), σύμφωνα με την οποία, σκοπός της τεχνολογίας και της σχεδίασης είναι να εξυπηρετούν τον άνθρωπο.

Η χαμηλή κατανάλωση καυσίμου παίζει εξίσου καθοριστικό ρόλο στην τελική επιλογή. Η προηγμένη υβριδική τεχνολογία e:HEV της Honda μου παρέχει την απόλυτη ηρεμία καθώς ξεχνάω να γεμίσω το ρεζερβουάρ.

Ποιο είναι το αγαπημένο σας μοντέλο;

Το Honda HR-V e:HEV που οδηγώ αυτήν την περίοδο και τα SUVs της Honda e:Ny1 και ZR-V που αναμένουμε σύντομα και στην Ελλάδα.

Ποια είναι η σχέση σας με την Τεχνολογία και τα Νέα Μέσα και τα Social Media;

Απλώνω technofreak!

answer.gr

LIFESPIRATION
STARTS
HERE.



GUESS

KARL
KARL LAGERFELD

STEVE MADDEN

Calvin Klein

POLO
RALPH LAUREN

TOMMY HILFINGER

PINKO

BOSS

MICHAEL KORS

Δήμητρα Καλαντιώνη

ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

Αποστολή της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ είναι η ενδυνάμωση των παιδιών που διαβιούν σε δομές κλειστής παιδικής προστασίας στα πρώτα τους βήματα ως ενεργά και αυτόνομα μέλη της κοινωνίας. Και πράγματι το κάνει στο ακέραιο στην πράξη με μια ολιστική υποστήριξη εφήβων (16-18 ετών) και νεαρών ενηλίκων (18-25 ετών) μέσα από μια σειρά προγραμμάτων και δράσεων ημιαυτονόμησης και αυτονόμησης, εκπαιδευτικού, πολιτιστικού, αθλητικού χαρακτήρα, ψυχοκοινωνικής υποστήριξης και επαγγελματικού προσανατολισμού με στόχο την κοινωνική τους συμπερίληψη. Η αποστολή αυτή εκπληρώνεται από το 2019 μέχρι σήμερα συστηματικά και μεθοδευμένα χάρη στην ιδρυτική δωρεά του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ).

Ρωτήσαμε την πρόεδρο του φορέα ΕΞΕΛΙΞΗ ΖΩΗΣ, κα Δήμητρα Καλαντιώνη με ποιον τρόπο μπορούμε να αντιμετωπίσουμε, η Πολυετία, οι θεσμοί, οι ΜΚΟ το πρόβλημα και πώς αντιμετωπίζει η ΕΞΕΛΙΞΗ ΖΩΗΣ κρούσματα κακοδιαχείρισης και ανάρρωσης συμπεριφοράς;

Για να βοηθήσεις έναν νεαρό ενήλικα, ο οποίος στα 18 του χρόνια υποχρεούται να εγκαταλείψει το περιβάλλον της ιδρυματικής φροντίδας και να μεταβεί στην ενήλικη ζωή, χρειάζεται σκληρή και προσεκτική δουλειά, η οποία ιδανικά θα πρέπει να ξεκινάει ακόμη και ορισμένα χρόνια πριν την ενηλικίωση. Ωστόσο, παράλληλα, είναι μια άκρως δημιουργική διαδικασία που στο τέλος της διαδρομής σου προσφέρει αμέτρητα θετικά συναισθήματα και πάνω από όλα σε κάνει να νιώθεις, μεταξύ άλλων, πληρότητα. Αυτό που προέχει στην προετοιμασία των παιδιών, που προέρχονται από περιβάλλοντα ιδρυματικής περίθαλψης, για την αυτονόμησή τους είναι η καλλιέργεια -ήδη από την εφηβική ηλικία- χρήσιμων δεξιοτήτων και γνώσεων που θα τα βοηθήσουν να σταθούν στα πόδια τους στην ενήλικη ζωή. Σε αυτό ακριβώς επικεντρώνεται η αποστολή της ΑΜΚΕ ΕΞΕΛΙΞΗ ΖΩΗΣ: στην ολιστική υποστήριξη εφήβων (16-18 ετών) και νεαρών ενηλίκων (18-25 ετών) μέσα από μια σειρά προγραμμάτων και δράσεων ημιαυτονόμησης και αυτονόμησης, εκπαιδευτικού, πολιτιστικού, αθλητικού χαρακτήρα, ψυχοκοινωνικής υποστήριξης και επαγγελματικού προσανατολισμού με στόχο την κοινωνική τους συμπερίληψη.



Η Πρόεδρος της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ, Δήμητρα Καλαντιώνη, στον Ανοικτό Διάλογο «Act for the Future» που διοργάνωσε ο φορέας με θέμα «ESG/CSR και Παιδική Προστασία» στις 19 Οκτωβρίου 2022.

ΓΙΑ ΕΝΑΝ ΚΟΣΜΟ ΧΩΡΙΣ ΑΝΙΣΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ, ΓΙΑ ΟΛΑ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΤΗΣ ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η αποστολή αυτή εκπληρώνεται από το 2019 μέχρι σήμερα συστηματικά και μεθοδευμένα χάρη στην ιδρυτική δωρεά του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ).

Το «ταξίδι» της μετάβασης των ωφελουμένων μας από την ιδρυματική περίθαλψη στην αυτόνομη, ενήλικη ζωή πραγματοποιείται υπό την πλήρη καθοδήγηση του επιστημονικού προσωπικού της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ. Είμαστε περήφανοι που μέχρι σήμερα έχουν ωφεληθεί, μέσα από τις πολύπλευρες δράσεις μας, πάνω από 110 έφηβοι και νεαροί ενήλικες. Αυτή τη στιγμή, 21 εξ αυτών βρίσκονται στο στάδιο της αυτονόμησης προσπαθώντας να προχωρήσουν δυναμικά στη ζωή, αφήνοντας δυσάρεστες εμπειρίες στο παρελθόν. Οι πρόσφατες εξελίξεις στο πεδίο της παιδικής προστασίας αποδεικνύουν ότι η αποϊδρυματοποίηση προαπαιτεί μια προσεκτική, ολιστική προσέγγιση, εφαρμόσιμη από κατάλληλους, εξειδικευμένους επιστήμονες που πρέπει να τους αφήσουμε να προσφέρουν το έργο τους απρόσκοπτα, αλλά παράλληλα υπό την συνεχή επαγρύπνηση της πολιτείας



Η Πρόεδρος της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ, Δήμητρα Καλαντώνη, μαζί με την Conceptual Artist & Designer, Καρολίνα Ροβύθη, στην πολιτιστική δράση «Creative Freedom», που διοργάνωσε ο φορέας στα γραφεία του (Λεωφόρος Συγγρού 229, Νέα Σμύρνη) στις 20 Δεκεμβρίου 2022, στην οποία ωφελούμενοι της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ εξέφρασαν σκέψεις και συναισθήματα μέσα από την εικαστική δημιουργία.

στην αποϊδρυματοποίηση του παραπάνω πληθυσμού αναλαμβάνοντας την ευθύνη της ενδυνάμωσης και καθοδήγησης των παιδιών που μετά τα 18 έτη τη ζωής τους δεν έχουν άλλη επιλογή από το να βγουν στην κοινωνία, έστω κι αν είναι εντελώς απροετοίμαστα. Αυτή την αδυναμία εμείς προσπαθούμε να την εξομαλύνουμε φροντίζοντας να είμαστε πραγματική «οικογένεια» για ένα παιδί που στα πρώτα βήματα της ενήλικης ζωής οφείλει να έχει αναπτύξει γνώσεις και δεξιότητες για να μπορέσει σταδιακά να συμπεριληφθεί στο κοινωνικό σύνολο και να επιβιώσει αξιοπρεπώς.

Υπάρχει κάποια ιδιαίτερη προσέγγιση για τα νέα κορίτσια;

Δεν υπάρχει κάποια ιδιαίτερη προσέγγιση με βάση το φύλο. Στον πυρήνα της φιλοσοφίας μας βρίσκεται η αρχή της συμπερίληψης, δηλαδή, ότι κάθε ωφελούμενος είναι αποδέκτης των επιστημονικά σχεδιασμένων προγραμμάτων μας και στη συνέχεια - όπου κρίνεται περισσότερο αναγκαίο - η προσέγγιση που υιοθετούμε αποκτά εξατομικευμένο χαρακτήρα. Η εξατομίκευση έρχεται ως φυσικό επακόλουθο της προσπάθειας που καταβάλλει κάθε ωφελούμενος να

μέσω επαρκών και ουσιαστικών ελεγκτικών-αξιολογικών μηχανισμών.

Η ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ στα τρία χρόνια λειτουργίας της έχει προσφέρει πολλά στο πεδίο της παιδικής προστασίας με βασική αρχή τη διασφάλιση ενός δημιουργικού μέλλοντος όλων των παιδιών χωρίς διακρίσεις και ανισότητες. Μέχρι στιγμής έχουμε προσφέρει στους εφήβους και νεαρούς ενήλικες, που προέρχονται από δομές κλειστής παιδικής προστασίας, πάνω από 16.000 ώρες εκπαιδευτικών δράσεων (μαθήματα τυπικής εκπαίδευσης, ειδικής αγωγής και δράσεις παράλληλης στήριξης), πάνω από 650 συνεδρίες επαγγελματικού προσανατολισμού και πάνω από 2.500 ώρες ψυχοκοινωνικής ενδυνάμωσης.

Τι είναι αυτό που ξεχωρίζει το έργο της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ, δεδομένου ότι υπάρχουν πολλοί φορείς που δραστηριοποιούνται στο πεδίο της παιδικής προστασίας;

Το έργο της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ ξεχωρίζει γιατί είμαστε ένας φορέας που ενώ δεν αποτελεί ο ίδιος δομή παιδικής προστασίας αλλά ούτε και διαθέτει κάποια τέτοια δομή έρχεται να συμβάλει συνεπικουρικά στο έργο των ήδη υφιστάμενων δομών των οποίων οι ανάγκες, σύμφωνα με έρευνα που εμείς οι ίδιοι έχουμε διενεργήσει, είναι κρίσιμες για την μετέπειτα πορεία των παιδιών που διαμένουν σε αυτές. Επιπλέον, είμαστε ο μόνος φορέας στη χώρα ο οποίος έχοντας μελετήσει καλά το πεδίο επιχειρεί να καλύψει ένα σημαντικό κενό της πολιτείας: να συμβάλει

εξελιχθεί, ξεπερνώντας τις δυσκολίες του παρελθόντος, με γνώμονα τη διερεύνηση των ενδιαφερόντων, των κλίσεων και δεξιοτήτων που διαθέτει η κάθε ξεχωριστή προσωπικότητα.

Με δεδομένο ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των παιδιών που προέρχονται από περιβάλλοντα ιδρυματικής φροντίδας έχουν υποστεί -ανεξαρτήτως φύλου- σε ορισμένη φάση της ζωής τους κάποια μορφή κακοποίησης (λεκτική, ψυχοσυναισθηματική, σωματική) ή κάποια απώλεια οικείων τους προσώπων, η προσέγγιση πρέπει να επικεντρώνεται στην ολιστική ενδυνάμωση ώστε τα παιδιά αυτά να ξαναβρούν το νόημα της ζωής και να κυνηγήσουν τα όνειρά τους μέσα από επιτεύξιμους στόχους, άλλοτε μικρούς και άλλοτε μεγάλους.

Αναφορικά με την παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών και γνώσεων σε νέους 18-25 ετών αναπτύξτε μας περισσότερο τι είδους δράσεις και πρωτοβουλίες υιοθετείτε και σε ποιο βαθμό ενδυναμώνετε αυτά τα μέλη της Κοινωνίας προς την κατεύθυνση επαγγελματίων ή skills που ανήκουν στο STEM και την Πληροφορική;

Για τους νέους ενήλικες, ηλικίας 18-25 ετών, έχουμε αναπτύξει με τη συνδρομή του εξειδικευμένου επιστημονικού προσωπικού της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ ένα καινοτόμο πρόγραμμα αυτομόρφωσης, υιοθετώντας καλές πρακτικές που εφαρμόζονται διεθνώς. Στόχος του προγράμματος είναι να βοηθήσει τους νέους να αποδεσμευτούν από την

ΧΑΡΙΣΣΕ ΕΜΠΡΑΚΤΗ ΑΓΑΠΗ ΣΕ ΕΝΑ ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΔΕΣ ΤΗ ΖΩΗ ΤΟΥ ΝΑ ΑΛΛΑΞΕΙ

Κάθε παιδί έχει ανάγκη την εξατομικευμένη φροντίδα, η οποία είναι αδύνατη ακόμα και στο καλύτερο ίδρυμα

Η ΔΗΜΕ ΕΞΕΛΙΞΗ ΖΩΗΣ από το 2018 δραστηριοποιείται στο ευαίσθητο πεδίο της παιδικής προστασίας με αιματολόγη την ορθή αποδραματοποίηση παιδιών που έχουν πέσει θύματα κακοποίησης, έχουν απομακρυνθεί με εντολή των δικαστικών αρχών από το οικείο τους περιβάλλον ή έχουν χάσει τους γονείς-ημέμενους τους.

Γίνε και εσύ υποστηρικτής του έργου μας μέσα από τη δική σου δωρεά που θα διατεθεί για τους εξής σκοπούς:

- Την εξασφάλιση στέγης και διαβίωσης στους νεαρούς ενήλικες που βρίσκονται στο στάδιο της απεξάρτησης
- Την εκπαίδευση των εφήβων που διαμένουν σε δομές κλειστής παιδικής προστασίας
- Την πνευματική, διανοητική και ψυχολογική υποστήριξη του παραπάνω πληθυσμού
- Την καθοδήγηση και προετοιμασία του σε θέματα επαγγελματικού προσανατολισμού
- Την πραγματοποίηση πολιτιστικών, αθλητικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων με στόχο την κοινωνικοποίηση των εφήβων και νεαρών ενηλίκων.



Κάνε απευθείας τη δωρεά σου σκανάροντας εδώ για να πολλαπλασιάσουμε όλα μαζί τα οφέλη προς τους εφήβους και νεαρούς ενήλικες που βρίσκονται σε ανάγκη



Μέχρι στιγμής από τα προγράμματα της ΕΞΕΛΙΞΗ ΖΩΗΣ έχουν υποστηριχθεί 105 εφήβοι που διαμένουν σε δομές κλειστής παιδικής προστασίας και 45 νεαροί ενήλικες που έχουν κάνει τα πρώτα τους βήματα για αποδραματοποίηση.

Κάθε παιδί έχει ανάγκη την εξατομικευμένη φροντίδα, η οποία είναι αδύνατη ακόμα και στο καλύτερο ίδρυμα.

Για αυτό και η ΕΞΕΛΙΞΗ ΖΩΗΣ τα τρία τελευταία χρόνια, μέσα από ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο δράσεων, συμβάλλει στη μετάβαση εφήβων (16-18 ετών) και νεαρών ενηλίκων (18-25 ετών) από την ιδρυματική φροντίδα

Έργο ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ Εκπαιδευτικά Έτη 2019-2022

Σύνολο Ορών Τομέας Εκπαίδευσης	16.367	Σύνολο Ορών Ψυχοκοινωνικού Τομέα	2.894
Σύνολο Ορών Τυπικής Εκπαίδευσης	8.416	Αθλητικές Δράσεις (δρα. ζώσης και ψυχαγωγίας)	59
Σύνολο Ορών Ειδικής Αγωγής και Παράλληλης Στήριξης	7.268	Πολιτιστικές Δράσεις, εναλλακτικά και μουσικά εργαστήρια	204
Σύνολο Ορών Επαγγελματικού Προσανατολισμού	683	Σύνολο Αξιολογισμών Ορελούμενων για τη Μαθησιακή Διαδικασία	222
Δράσεις Επαγγελματικού Προσανατολισμού Mentor's Day	7	Σύνολο Αξιολογισμών Επιστημονικού Προσωπικού	648



Α. Συγγρού 229, Νέα Σμύρνη Τ.Κ. 17121 | +30 210 7546020
info@exelixizois.org | www.exelixizois.org
f exelixizois.greece in exelixizois exelixi_zois

ιδρυματική φροντίδα και να αναπτύξουν δεξιότητες που θα τους επιτρέψουν να μεταβούν ομαλά και ολοκληρωμένα στην αυτόνομη ενήλικη ζωή.

Η αποδραματοποίηση και ανεξαρτητοποίηση του παραπάνω πληθυσμού βρίσκονται στον πυρήνα της αποστολής της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ, για αυτό έχουμε φροντίσει το πρόγραμμα αυτόνομης να είναι πολυδιάστατο, προσφέροντας στους ωφελομένους - πέραν της επιδότησης ενοικίου και της κάλυψης δαπανών για σπουδές - δράσεις κοινωνικών δεξιοτήτων που συμβάλλουν στην εξοικείωση των νεαρών ενηλίκων με τις υποχρεώσεις της καθημερινότητας (π.χ. διεκπεραίωση διαδικασιών με φορείς του δημοσίου, με ΔΕΚΟ κ.λπ.).

Επίσης, σε συνεργασία με φορείς όπως είναι η Adecco και η KPMG προσφέρουμε στους ωφελομένους σεμινάρια συμβουλευτικής σταδιοδρομίας για την καλύτερη δυνατή προετοιμασία τους πριν την ένταξή τους στην αγορά εργασίας. Πρόσφατα είχαμε τη χαρά να λάβουμε μια δωρεά από τον φορέα The Community Foundation for Ireland χάρη στην οποία θα μπορέσουμε να εξασφαλίσουμε στους ωφελομένους της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ, μεταξύ άλλων, ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων μέσα από την αξιοποίηση μιας ευρείας γκάμας ψηφιακών εργαλείων και εφαρμογών.

Πόσο βοηθάει στην πράξη ένα πρόγραμμα ψυχοκοινωνικής υποστήριξης για τα παιδιά και τους νέους; Τί άλλο πρέπει να γίνει και ποιες είναι οι προκλήσεις της ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΖΩΗΣ για το 2023;

Δεδομένου ότι στις περισσότερες περιπτώσεις τα παιδιά ή οι νεαροί ενήλικες, που προέρχονται από περιβάλλοντα ιδρυματικής περίθαλψης, έχουν απομακρυνθεί από το οικείο τους περιβάλλον γιατί έχει κριθεί κακοποιητικό ή ακατάλληλο, το πρόγραμμα ψυχοκοινωνικής ενδυνάμωσης που προσφέρει η ΕΞΕΛΙΞΗ ΖΩΗΣ (ατομικές συνεδρίες

ψυχοθεραπείας, ψυχιατρική εκτίμηση, δράσεις ανάπτυξης κοινωνικών δεξιοτήτων, ψυχοεκπαιδευτικά προγράμματα προαγωγής της ψυχικής υγείας) συμβάλλει στην ομαλή ψυχοκοινωνική λειτουργικότητα των ωφελομένων και στην επιτυχή διαχείριση ποικίλων ζητημάτων που αφορούν στην (ημι)αυτονομία τους. Πιο συγκεκριμένα, συντελεί στην καλλιέργεια της έκφρασης των συναισθημάτων, στη βελτίωση της εικόνας του εαυτού, στην καλλιέργεια επικοινωνιακών καθημερινών δεξιοτήτων και στην εν γένει βελτίωση της συναισθηματικής τους ωριμότητας και έκφρασης.

Η βασική πρόκληση που αντιμετωπίζει η ΕΞΕΛΙΞΗ ΖΩΗΣ για το 2023 είναι να μπορέσει να πείσει ακόμη περισσότερους δωρητές-υποστηρικτές να στηρίξουν το έργο της προκειμένου να μπορέσουμε ως φορέας να προσφέρουμε υπηρεσίες σε ακόμα περισσότερα παιδιά που βρίσκονται σε ανάγκη. Έχοντας καταγράψει πριν δύο χρόνια όλες τις δομές παιδικής προστασίας της χώρας και έχοντας κάνει εκτίμηση αναγκών σε αντιπροσωπευτικό δείγμα από αυτές, μπορούμε να πούμε με βεβαιότητα ότι οι ελλείψεις των παιδιών είναι πολλές και συνεχώς πολλαπλασιάζονται. Συνεπώς, όλοι μαζί οι φορείς που δραστηριοποιούμαστε στο πεδίο της παιδικής προστασίας -Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων, Συνήγορος του Παιδιού, περιφέρειες- μαζί με τον εταιρικό κόσμο στο πλαίσιο συνεργειών ESG/CSR χρειάζεται να συμβάλουμε συλλογικά για την καλύτερη δυνατή κάλυψή τους. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΖΩΗΣ οραματίζεται έναν κόσμο χωρίς ανισότητες και διακρίσεις για όλα τα παιδιά της σημερινής πολυπολιτισμικής κοινωνίας.

Όποιος επιθυμεί μπορεί να στηρίξει το έργο μας απευθείας από την ιστοσελίδα μας (<https://www.exelixizois.org/>) πατώντας το κουμπί «δωρεά» σε σχήμα καρδιάς, χαρίζοντας χαμόγελα σε εφήβους (16-18 ετών) και νεαρούς ενήλικες (18-25 ετών) που το έχουν περισσότερο ανάγκη.

CAUDALÍE

PARIS

Premier Cru The Rich Cream

Εμπνευσμένη από την επιστήμη της επιγενετικής, η Premier Cru παρουσιάζει την Τεχνολογία TET8™, κατοχυρωμένη από κοινού με το Πανεπιστήμιο Harvard έπειτα από 10 χρόνια έρευνας.

Αυτή η τεχνολογία συνδυάζει τα καλύτερα συστατικά του αμπελιού (Ρεσβερατρόλη, Βινιφερίνη, Πολυφαινόλες), με Υαλουρονικό οξύ και με Κεραμίδια, τα οποία βοηθούν στην αποκατάσταση του επιδερμικού φραγμού που γίνεται πιο εύθραυστος εξαιτίας της γήρανσης.

Ένα πραγματικό συμπύκνωμα αντιγήρανσης σε μια πολύ θρεπτική σύνθεση, διακριτικά αρωματισμένη με absolute τριαντάφυλλο και βιολέτα, η Premier Cru The Rich Cream διορθώνει 8 σημάδια της γήρανσης και βοηθά στην αποκατάσταση του επιδερμικού φραγμού.



Τα αποτελέσματα*:

Διορθώνει 8 σημάδια της γήρανσης.
Επανορθώνει τον επιδερμικό φραγμό.

1. Ορατά μειωμένες ρυτίδες: 97%
2. Λιγότερο έντονες γραμμές: 96%
3. Μείωση κηλίδων: 94%
4. Ομοιόμορφος τόνος: 100%
5. Σφριγηλότητα μιας πιο νεανικής επιδερμίδας: 97%
6. Καλύτερη ελαστικότητα: 97%
7. «Γεμάτη» επιδερμίδα: 93%
8. Εντατική θρέψη επιδερμίδας: 97%



Πριν



Μετά

90%** είδαν
μείωση στις
ρυτίδες τους και
την επιδερμίδα
τους πιο «γεμάτη»

Η νέα πολυτέλεια;
Η ευθύνη απέναντι
στο περιβάλλον.

100% επαναπληρούμενα και
ανακυκλώσιμα δοχεία.***



ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ
97%
ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

0% Parabens,
φαινοξαιθανόλη, ορυκτά
έλαια, PEG, σιλικόνη,
συστατικά ζωικής προέλευσης.



ΣΕ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ, ΠΑΡΑΦΑΡΜΑΚΕΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟ CAUDALIE.COM

*Φωτογραφία καταναλώτριας μετά τη χρήση των Premier Cru The Serum, The Eye Cream και The Rich Cream για 56 ημέρες. Μη ρετουσαρισμένη φωτογραφία. **Κλινική μελέτη, % ικανοποίησης, 31 εθελοντές, 28 ημέρες.
***Εξαιρούνται αντλίες και καπάκια από διάφορα υλικά, ανακυκλώσιμα μόνο στις Boutiques Caudalie χάρη στη συνεργασία με την εταιρεία TerraCycle.

Ξένη Μπαϊρακτάρη

GLOBAL MARKETING LEAD | SENIOR BRAND MANAGER
EU PHILIPS MONITORS & IT ACCESSORIES

ΣΤΟΝ: ΠΕΤΡΟ ΚΥΡΙΑΙΟ



QUESTIONS ABOUT GAMING, DIVERSITY, INCLUSION, EVNIA AND MORE!

Κυρία Μπαϊρακτάρη καίχετε μια υψηλόβαθμη θέση σε μια από τις μεγαλύτερες και πιο ιστορικές εταιρείες στον κόσμο της τεχνολογίας. Συναντήσατε δυσκολίες για να καταφέρετε να αναρριχηθείτε εξαιτίας του φύλου σας ή είχατε ίσες ευκαιρίες με τους άνδρες συναδέλφους σας;

Δυσκολίες υπήρξαν αρκετές όχι όμως λόγω του φύλου μου. Σε γενικές γραμμές στην Ολλανδία δεν συναντάς εύκολα εταιρείες με κουλτούρες που κάνουν διακρίσεις σε τέτοια επίπεδα. Στην εταιρεία που εργάζομαι δε, δεν ένοιωσα ουδέποτε την παραμικρή διαφορά σε συμπεριφορά σε σχέση με άνδρες συναδέλφους μου από την ηγεσία. Σε επίπεδο συνεργασιών, πάντα υπάρχουν άνθρωποι με άλλες προσλαμβάνουσες που τους είναι δύσκολο να αντιληφθούν πως «κάνει κουμάντο» γυναίκα, ιδίως όταν είναι νεότερη από αυτούς. Ευτυχώς είχα την τύχη να μην εξαρτάται η πορεία μου από αυτούς.

Ποιες κινήσεις πιστεύετε ότι θα πρέπει να γίνουν για να μπορέσει να γεφυρωθεί το φυλετικό χάσμα που συναντούμε σε πολλές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κόσμο της τεχνολογίας;

Πρέπει η γραμμή της εταιρείας να επιβάλει ισορροπία ανδρών-γυναικών στο εργατικό δυναμικό όσο αυτό είναι εφικτό. Είναι αυτονόητο πως δεν πρέπει να γίνονται διακρίσεις στις προσλήψεις και να δίνονται ίσες ευκαιρίες σε όλους. Και φυσικά ο χώρος εργασίας πρέπει να ενισχύει την ισότητα με κάθε τρόπο. Όλα αυτά ξεκινάνε από την ηγεσία η οποία, όταν δεν αντιλαμβάνεται αυτή την ανάγκη, πρέπει να αλλάζει.

Ζείτε και εργάζεστε εδώ καιρό στο εξωτερικό, από τη δική σας εμπειρία θεωρείτε ότι η χώρα μας βρίσκεται αρκετά πίσω στο κομμάτι της συμπερίληψης (Inclusion) στους χώρους εργασίας; Και εάν ναι, ποια είναι τα βήματα που θα πρέπει να γίνουν από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, για να δημιουργηθεί ένα περιβάλλον εργασίας που να αγκαλιάζει και να ενσωματώνει τη διαφορετικότητα;

Ναι, θεωρώ πως βρίσκεται πίσω γενικά στο κομμάτι της συμπερίληψης, όχι μόνο στους χώρους εργασίας. Είναι λογικό εν μέρει, γιατί είναι μια χώρα που δεν είναι συνηθισμένη στο διαφορετικό λόγω συνθηκών. Στην ομάδα μου είμαστε 25 άτομα και σχεδόν όλοι από διαφορετική χώρα. Αυτό να τονίσω πως δεν είναι κάτι μοναδικό στην εταιρεία μου, το συναντάς συχνά εδώ. Θέλοντας και μη, προσαρμόζεσαι σε μια μίξη από κουλτούρες και και γίνεσαι πιο δεκτικός. Στην Ελλάδα δεν συμβαίνει αυτό, ή συμβαίνει εξαιρετικά σπάνια.

Αυτό που πρέπει να αλλάξει πέρα από την ευρύτερη νοοτροπία στο θέμα της διαφορετικότητας, και είναι κάτι που το ακούω πολύ συχνά, είναι η προκατάληψη προς τις γυναίκες άνω των 30 ετών. Δεν είναι λίγες οι φορές που η ηλικία είναι τροχοπέδη στην πρόσληψη ή εξέλιξη τους επειδή οι εταιρείες φοβούνται πως δεν θα είναι αποδοτικές με τον ερχομό ενός παιδιού. Οι γυναίκες πρέπει να ευνοούνται και όχι να καταδικάζονται γι' αυτό το λόγο. Και ασφαλώς πρέπει να υπάρχουν και οι αντίστοιχοι νόμοι που να το στηρίζουν αυτό. Ενέργειες μπορούν να γίνουν πολλές στο κομμάτι αυτό, από το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού της εκάστοτε εταιρείας, επιβραβεύσεις παντός τύπου, αναδιοργάνωση όπου χρειάζεται, επαναπροσλήψεις, μη ανοχή περιστατικών διάκρισης, σωστή εκπαίδευση των εργαζομένων. Η λίστα είναι πολύ μεγάλη.

Το νέο gaming hardware line-up που παρουσιάστηκε πρόσφατα από την Philips είναι το Evnia, ένα brand το οποίο ενσωματώνει gaming monitors, αλλά και περιφερειακά όπως gaming mice, keyboards και gaming ακουστικά. Ποια ήταν η πηγή έμπνευσης για να δημιουργήσετε το εν λόγω brand και τι ακριβώς σημαίνει; Η ονομασία ήταν δική σας ιδέα, μιας και πρόκειται για μια ελληνική λέξη;

Όλες οι εταιρείες θέλουν να ξεχωρίζουν, το ίδιο και η δικιά μας. Η αγορά του gaming hardware είναι αρκετά κορεσμένη με πολλές επιλογές για τους καταναλωτές. Το κενό που εμείς βρήκαμε σ' αυτή την αγορά είναι το κομμάτι του σχεδιασμού

και της επικοινωνίας. Μέσα στην τόση ποικιλία έλειπε κάποιος που να απευθύνεται στους ανθρώπους που αγοράζουν συσκευές gaming από μια άλλη οπτική, πιο εκλεπτυσμένη από την στερεοτυπική. Με μια πρόχειρη ματιά στο internet θα δείτε πως ως επί το πλείστον, ό,τι έχει να κάνει με gaming, έχει την ίδια σχεδόν aggressive αισθητική. Εμείς θέλαμε να ξεφύγουμε από αυτό και δημιουργήσαμε ένα brand για να κάνουμε μια νέα αρχή τόσο για την εταιρεία όσο και για τον κόσμο του gaming γενικότερα. Σχετικά με την ονομασία, ψάχναμε μία λέξη με θετική και όχι επιθετική χροιά, που να σχετίζεται με τα μηνύματα που θέλουμε να περάσουμε στον κόσμο και, εννοείται, με το gaming. Δεν ήταν εύκολη διαδικασία. Θα τα πάρω τα εύσημα, μου ήρθε μια μέρα η λέξη στο μυαλό στο πλαίσιο μιας συζήτησης. Η ετυμολογία της ταίριαζε απόλυτα. Ποιός δεν θέλει την εύνοια της τύχης όταν παίζει; Γενικώς δεν είναι τυχαίο πως πολλά brands έχουν ελληνική ονομασία, η γλώσσα είναι τόσο πλούσια και εύνηκη που δύσκολα της ξεφεύγεις.

Όπως και στον κόσμο της τεχνολογίας, έτσι και στο gaming επικρατούν στερεότυπα. Για παράδειγμα, συνήθως επικρατεί μια (λανθασμένη) αντίληψη που συνδέει το προφίλ ενός αντικοινωνικού έφηβου, ο οποίος σπαταλάει ώρες μπροστά από το gaming PC του, χωρίς να έχει κοινωνική ζωή και άλλες ασχολίες. Ποιες είναι οι ενέργειες που κάνετε για να γκρεμίσετε τα στερεότυπα, μέσω της ξεχωριστής φιλοσοφίας που διέπει το Evnía brand;

Τα δεδομένα δείχνουν πως ο ηλικιακός μέσος όρος των ανθρώπων που ασχολούνται με το gaming έχει ανέβει αισθητά. Έχω συναδέλφους που παίζουν κάθε Σαββατοκύριακο και είναι άνω των 40 ετών. Οι φίλοι μου, 35+ χρονών, ξεκίνησαν να παίζουν στο σχολείο σε Internet café και εξακολουθούν να το κάνουν στον ελεύθερό τους χρόνο, στο σπίτι τους. Ίσως η συχνότητα να έχει αλλάξει, ωστόσο είναι κι αυτοί gamers. Και μάλιστα λόγω υψηλότερου εισοδήματος στην πλειονότητά τους σε σχέση με τους νεαρότερους σε ηλικία, έχουν περισσότερες επιλογές σε gaming hardware. Η επικοινωνία μας θα έχει να κάνει με αυτούς τους ανθρώπους, ή μάλλον και με αυτούς. Θα δείτε στο μέλλον διάφορες περσόνες στις καμπάνιες μας, που δεν είναι σούπερ ήρωες του gaming, δεν τους απασχολεί να παίξουν μέχρι να κερδίσουν, αλλά θέλουν να έχουν μια ολιστικά καλή εμπειρία όταν το κάνουν. Θα δείτε διαφορετικούς ανθρώπους, διαφορετικές ηλικίες, διαφορετικά επαγγέλματα, διαφορετικές ιστορίες. Η επικοινωνία μας είναι βασισμένη στον άνθρωπο και την εμπειρία που του δίνει το gaming, όχι στο μηχανήμα και τους ήρωες του παιχνιδιού.

Πως το Evnía brand αναδεικνύει το κομμάτι της διαφορετικότητας στον κόσμο του gaming; Επηρεάστηκε η «οξεδαισική» οας γλώσσα από τη λογική ότι το Evnía brand καλείται να μιλήσει στις ψυχές όλων των gamers ανεξαρτήτως φύλου, χρώματος και κοινωνικών πεποιθήσεων;

Το brand μας απευθύνεται σε όλους και αυτό θα φανεί, όπως είπα παραπάνω, από τις καμπάνιες μας, αλλά και τις περαιτέρω ενέργειες, συνεργασίες και χορηγίες μας. Κάναμε την αρχή με το λανσάρισμά μας έχοντας κεντρικό πρόσωπο την Sylvia Gathoni, την πρώτη Κενυάτισσα πρωταθλήτρια esports που μας ενέπνευσε όλους. Έχουμε να μοιραστούμε



πολλές ακόμα αληθινές “unruly”, ανατρεπτικές ιστορίες πίσω από το gaming. Αλλαγή ελπίζουμε να φέρουμε περνώντας μηνύματα στον κόσμο που ως τώρα δεν είχε την ευκαιρία να λάβει. Ο σχεδιασμός των προϊόντων μας εμπνέεται επίσης από τη φιλοσοφία της συμπερίληψης. Δημιουργήσαμε προϊόντα που ταιριάζουν σε όλα τα setup, από τα πιο hardcore μέχρι τα πιο μινιμαλιστικά. Οι θόνες και τα περιφερειακά Evnia δεν αποτελούν «παραφωνία» ούτε στο γραφείο ενός επαγγελματία gamer, ούτε στο σαλόνι ενός γραφίστα που στον ελεύθερο του χρόνο παίζει.

Πώς βλέπετε τη θέση της γυναίκας στον ευρύτερο κόσμο του gaming industry; Θεωρείτε ότι η βιομηχανία του gaming παραμένει ακόμη ανδροκρατούμενη;

Παραμένει ανδροκρατούμενη και πολλές γυναίκες έχουν δώσει κατά καιρούς μαρτυρίες για αποκλεισμό τους από την gaming κοινότητα, απλά και μόνο γιατί είναι γυναίκες. Ωστόσο τα πράγματα αρχίζουν να αλλάζουν. Όμιλοι esports πλέον επενδύουν σε γυναικείες ομάδες και πολλές hardware εταιρείες σαν εμάς λαμβάνουν και το γυναικείο γούστο υπόψη για τον σχεδιασμό των προϊόντων. Στις επιχειρήσεις υπάρχουν ολοένα και περισσότερες γυναίκες που παίρνουν αποφάσεις. Θα δούμε τεράστια στροφή στη βιομηχανία τα επόμενα χρόνια.

Ποιτεύετε ότι τελικά το gaming έχει «ηλικία»;

Όχι βέβαια! Γιατί να έχει;

Το mobile gaming είναι αυτή τη στιγμή μια τεράστια βιομηχανία, η οποία μάλλον δείχνει να ενσωματώνει μια πολύ μεγάλη μερίδα από διαφορετικές κατηγορίες παικτών που αποτελούν ένα ανομοιογενές κοινό. Σκέφτεστε να επενδύσετε σε αυτό, στο μέλλον;

Πράγματι, εδώ μιλάμε για gaming με τεράστια απήχηση και ανομοιογένεια. Δεν ανήκει αυτή τη στιγμή στους τομείς που εξειδικευόμαστε οπότε για την ώρα δεν υπάρχουν τέτοια πλάνα. Ποτέ δεν ξέρεις όμως.

Ποιες είναι οι συμβουλές που θα δίνετε σε ένα νεαρό κορίτσι, το οποίο έχει ως όνειρο να ασχοληθεί με τον χώρο του gaming industry αλλά και της digital τεχνολογίας γενικότερα;

Θα της έλεγα ότι και σ'ένα νεαρό αγόρι γιατί θεωρώ πως δεν πρέπει να υπάρχει διαχωρισμός. Αρκετά κλισέ θα είναι οι συμβουλές μου: Να κάνει ό,τι την ευχαριστεί, να έχει αυτοεκτίμηση, να φεύγει από τοξικά περιβάλλοντα που την πάνε πίσω και να μην παίρνει τα πράγματα πολύ σοβαρά. Και φυσικά να δουλέψει πολύ γι αυτό που αγαπά, γιατί χωρίς δουλειά δεν γίνεται τίποτα.

Και last but not least! Τί σας αρέσει να κάνετε στον ελεύθερο χρόνο σας; Υπάρχει κάποιο game (ή μια ομάδα παιχνιδιών) που να είναι το αγαπημένο σας και σας αρέσει να χαλαρώνετε με αυτό, ύστερα από μια κουραστική μέρα στο γραφείο;

Παρά τη διαρκή ενασχόληση μου με το gaming και την τεχνολογία θα σας απογοητεύσω εδώ, δεν είμαι gamer. Έχω παίξει διάφορα παιχνίδια κατά καιρούς αλλά δεν είχα την υπομονή να τα τελειοποιήσω και τα παράταγα στο τέλος. Ή με σκότωναν στο πρώτο λεπτό. Στον ελεύθερό μου χρόνο βλέπω φίλους, κάνω γυμναστική, βλέπω σειρές, διαβάζω (αν και θα έπρεπε παραπάνω). Τίποτα το πρωτότυπο δηλαδή.

Reinvent the rules.



FALCONERI

SUPERIOR CASHMERE



ELEVATED BASICS

Διαχρονικό στυλ με all time classics κομμάτια.

[FALCONERI.COM](https://www.falconeri.com)

ΕΙΡΗΝΗ ΠΑΡΣΑ

DIRECTOR OF MARKETING & COMMUNICATIONS, EQUALITY,
DIVERSITY & INCLUSION

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

PHOTO CREDIT: ΛΩΡΑ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ



“Πρέπει όλοι μας να προσπαθούμε τόσο στο εργασιακό μας περιβάλλον όσο και στην προσωπική μας ζωή, να μιλάμε ανοιχτά για την ανισότητα και να προάγουμε την αλλαγή”

Η Ειρήνη Παρσά έχει έναν πολύ ενδιαφέροντα τίτλο στη δημοφιλή εταιρεία υποδημάτων NAK Shoes: Director of Marketing & Communications, Equality, Diversity and Inclusion. Πράγματι η NAK Shoes πέρα από την αναγνωρισιμότητα του brand, την αξιοπιστία και μακροχρόνια συνέπεια διακρίνεται και από εταιρική υπευθυνότητα στους τομείς: της Αγοράς (Ποιότητα, Τιμή Προϊόντος, Υπηρεσίες), των Εργασιακών Σχέσεων (Σύννομη και Διάφανη Λειτουργία, Κλίμα και Πρακτικές), την Κοινωνία (Πολιτισμικές και Κοινωνικές Πρωτοβουλίες) και το Περιβάλλον (προστασία και περιορισμός αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων). Η πρώτη ερώτηση που της κάνουμε είναι προφανής:

Πότε πιστεύετε ότι θα έρθει η εποχή που δεν θα χρειάζεται να αναφέρει καμία επιχείρηση, κανένας οργανισμός το Equality και το D+I; Πότε θα επιτευχθεί η ισοότητα, σε επίπεδο διελέγχωσης της διοικητικής ομάδας αλλά και η μισθολογική;

Η αλήθεια είναι ότι έχει ενδιαφέρον γιατί δεν συναντάς στην Ελλάδα αποτύπωση αξιών στον τίτλο. Όμως στο εξωτερικό συμβαίνει ήδη και οι εταιρείες ορίζουν στελέχη που μεριμνούν και ασχολούνται ενεργά με τις αξίες της ισότητας, της διαφορετικότητας και της συμπερίληψης. Πιστεύω ότι ήδη έχουμε κάνει σημαντικά βήματα τόσο στην ελληνική κοινωνία όσο και στα εργασιακά περιβάλλοντα προς αυτήν την κατεύθυνση αλλά έχουμε ακόμη πολύ δρόμο να διανύσουμε κυρίως στη μισθολογική ανισότητα. Κανείς δεν ξέρει πότε θα επιτευχθεί η ισότητα, αυτό που γνωρίζω είναι ότι πλέον οι γυναίκες στελεχώνουν μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων και κατά τη γνώμη μου με μεγάλη επιτυχία καθώς ως γυναίκες έχουμε skills που σε αρκετές περιπτώσεις μας βοηθούν να έχουμε καλύτερο αποτέλεσμα (multi-tasking, ταχύτητα, ενσυναίσθηση). Το σημαντικό είναι ότι η προσπάθεια έχει ξεκινήσει, μιλάμε ανοιχτά για τα θέματα αυτά, προβληματιζόμαστε. Στο τέλος της ημέρας πρέπει όλοι μας να προσπαθούμε τόσο στο εργασιακό μας περιβάλλον όσο και στην προσωπική μας ζωή, να μιλάμε ανοιχτά για την ανισότητα και να προάγουμε την αλλαγή.

Πως αποδεικνύει η NAK όλα τα παραπάνω στην πράξη; Πως αντιμετωπίζει τις γυναίκες τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά, τόσο τις εργαζόμενες όσο και τις καταναλώτριες, στην επικοινωνία της, τη διαφήμιση αλλά και γενικότερα τη φιλοσοφία της;

Στη NAK Shoes αγαπάμε τις γυναίκες και το αποτυπώνουν οι αριθμοί μας. Σχεδόν το 75% στο σύνολο του προσωπικού είναι γυναίκες ενώ ξεπερνά το 75% σε θέσεις management. Numbers never lie! TO DNA του brand έχει πάντα ως προτεραιότητα την ποιότητα -product performance- αλλά και το superiority του brand. Φροντίζουμε να έχουμε ποικιλία στα προϊόντα για να μπορούμε να καλύψουμε όλες τις γυναίκες, σε κάθε τους δραστηριότητα, σε κάθε ηλικία, σε κάθε ανάγκη και αυτό από μόνο του είναι συμπερίληψη. Επιλέγουμε και συνεργαζόμαστε με brands που μοιράζονται το ίδιο όραμα και προωθούν τις ίδιες αξίες. Μέσα από την επικοινωνία, το περιεχόμενο και τις καμπάνιες μας προβάλουμε την αγάπη για κάθε γυναίκα.



Ποιο είναι το συγκριτικό πλεονέκτημα σας έναντι του ανταγωνισμού και ποιο είναι το perception των καταναλωτριών απέναντι στο brand NAK;

Το perception είναι κάτι που θα πρέπει να απαντήσουν οι ίδιες οι καταναλώτριες. Αυτό που μπορώ με βεβαιότητα να μοιραστώ είναι ότι η NAK Shoes έχει καταφέρει να καθιερωθεί ως love brand και η πρώτη επιλογή για καλής ποιότητας παπούτσι. Ο ανταγωνισμός στο retail έχει πολλά επίπεδα και πρέπει να παραμένεις ανταγωνιστικός σε όλα. Υπάρχει ο ανταγωνισμός στο γενικό πλαίσιο του προϊόντος/ footwear όπου εκεί συμπεριλαμβάνεται κάθε εταιρεία ή brand που έχει την κατηγορία παπούτσι (είτε είναι ελληνική εταιρεία είτε πολυεθνική στο fashion industry) και υπάρχει ο πολύ έντονος ανταγωνισμός στο ecommerce περιβάλλον όπου εκεί ανταγωνίζεσαι ξένες εταιρείες και e-shops. Το συγκριτικό μας πλεονέκτημα είναι το product performance σε συνδυασμό με το brand superiority.

Και μια προσωπική ερώτηση. Πόσο σας βοηθάει η Τεχνολογία και τα Νέα Μέσα στην καθημερινότητά σας; Βρίσκετε κάτι αρνητικό σε όλα αυτά (social media, gadgets, κ.λπ.);

Είμαι μια γυναίκα που από μικρή αγαπούσα την τεχνολογία και τα μαθηματικά. Είναι μέρος της ζωής μου και αυτό με βοήθησε πολύ στην εξέλιξη της καριέρας μου γιατί ήμουν και παραμένω early adopter σε κάθε τι νέο στο digital περιβάλλον. Συνεπώς δεν μπορώ να φανταστώ την καθημερινότητά μου χωρίς την τεχνολογία. Πιστεύω ότι το μυστικό βρίσκεται στον τρόπο χρήσης των εργαλείων που μας παρέχονται. Όπως με ένα μαχαίρι μπορείς είτε να μαγειρέψεις είτε να προκαλέσεις κακό, έτσι και με τη χρήση της τεχνολογίας ή των SoMe μπορείς να τα χρησιμοποιείς για κατάρτιση, ερεθίσματα, ενημέρωση, έμπνευση, ψυχαγωγία κτλ. ή για λάθους λόγους και με λάθος κίνητρα. Είναι θέμα προσωπικής επιλογής και ισορροπίας.



Η κ. Βασιλική Αρτινοπούλου η νέα επιστημονικά υπεύθυνη για την ψηφιακή εφαρμογή Bright Sky του Ιδρύματος Vodafone



Το Ίδρυμα Vodafone, με αφορμή τη δραστηριοποίηση του στον τομέα Ψηφιακές εφαρμογές για την αντιμετώπιση της ενδοοικογενειακής βίας, ενίσχυσε τον Κύκλο Πρεσβευτών με την ένταξη της Καθηγήτριας Βασιλικής Αρτινοπούλου ως ειδική εμπειρογνώμονα και Επιστημονικά Υπεύθυνη για την ψηφιακή εφαρμογή Bright Sky. Η κ. Βασιλική Αρτινοπούλου είναι, μεταξύ άλλων, Καθηγήτρια Εγκληματολογίας στο Τμήμα Κοινωνιολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου και πρώην Αντιπρύτανης, διεθνής εμπειρογνώμων σε θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων και εκλεγμένο μέλος Οργάνου Συνθήκης στον ΟΗΕ. Διευθύνει επίσης το Διεθνές 'Ινστιτούτο για το Έγκλημα και την Ποινική Δικαιοσύνη' του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Δημοσίου Δικαίου (EPLO).

Η δωρεάν ψηφιακή εφαρμογή Bright Sky έχει στόχο την υποστήριξη και ορθή πληροφόρηση οποιουδήποτε μπορεί να βρίσκεται σε κακοποιητικό περιβάλλον. Η εφαρμογή διαθέτει ευρύ τηλεφωνικό κατάλογο με υπηρεσίες υποστήριξης και ερωτηματολόγια για την αξιολόγηση του κινδύνου σε μια σχέση, καταρρίπτει μύθους σχετικά με την ενδοοικογενειακή και τη σεξουαλική κακοποίηση και προτείνει βήματα για τη βελτίωση της ασφάλειας στο διαδίκτυο. Προσφέρει επίσης ενημερωτικό υλικό, ενώ παρουσιάζει πιθανά σημάδια ενδοοικογενειακή κακοποίηση ή όσοι τυχαίνει να γνωρίζουν κάποιον από το οικογενειακό ή φιλικό τους περιβάλλον που βρίσκεται σε κίνδυνο.

Η κ. Κλαίρη Χαρόγιαννη, νέα Head of Marketing & Trade Marketing της Beverage World



Η Beverage World, μέλος του ομίλου Φώτος Φωτιάδης, καλωσόρισε την κ. Κλαίρη Χαρόγιαννη στη θέση του Head of Marketing & Trade Marketing. Η κ. Κλαίρη Χαρόγιαννη έχει συνεργαστεί επιτυχώς με μερικές από τις μεγαλύτερες πολυεθνικές εταιρείες στην Ελλάδα, όπως η Pernod Ricard και η Red Bull και έχει συμβάλει στο σχεδιασμό και την υλοποίηση δημιουργικών και αναγνωρισμένων projects για

κάποια από τα πιο γνωστά brands αλκοολούχων ποτών και αναψυκτικών της ελληνικής αγοράς. Η ίδια δήλωσε σχετικά: «Είμαι ιδιαίτερα χαρούμενη που αναλαμβάνω αυτήν τη θέση και ανυπομονώ να συμβάλλω ουσιαστικά στην ανάπτυξη, εκτέλεση και αξιολόγηση όλων των δραστηριοτήτων marketing που απευθύνονται τόσο σε πελάτες, όσο και σε καταναλωτές, για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων της Beverage World και του ομίλου Φωτιάδης. Προσβλέπω στις νέες ευκαιρίες, προκλήσεις και επιτυχίες που έρχονται, καθώς πιστεύω στην ομάδα της εταιρείας και στο εξειδικευμένο και εκτενές χαρτοφυλάκιο των premium προϊόντων της.»

Pernod Ricard Hellas: η κ. Βάσια Σούλου ανέλαβε νέα Marketing Director



Pernod Ricard Hellas



Η κ. Βάσια Σούλου εντάχθηκε πρόσφατα στο δυναμικό της Pernod Ricard στη θέση της Marketing Director.

Πετυχημένο στέλεχος με πολυετή εμπειρία στο χώρο του FMCG και Retail Marketing. Από τον Απρίλιο του 2019 και μέχρι πρόσφατα κατείχε τη θέση της Marketing Director στην εταιρία Σκλαβενίτης (Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης) ενώ προηγουμένως είχε εργαστεί για 15 σχεδόν χρόνια στην Procter & Gamble σε διάφορους ρόλους σε θέματα στρατηγικού και operational Marketing.

Η κ. Σοφία Βουτσιτσούδη στην Kaizen Gaming: αναλαμβάνει τη θέση της Senior Media Manager



Τη θέση της Senior Media Manager ανέθεσε στην κ. Σοφία Βουτσιτσούδη, η Kaizen Gaming. Η κ. Βουτσιτσούδη σπούδασε Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και ασχολήθηκε ιδιαίτερα με τον τομέα των media. Προέρχεται από την Ελληνοαμερικανική Ένωση όπου διετέλεσε Instructor, ενώ είχε προηγηθεί η θητεία της, διάρκειας 16 ετών, στη Vodafone, όπου εισήλθε ως Senior Media Planner και αποχώρησε ως Digital & Biddable Media Lead. Επίσης, έχει συνεργαστεί με την Initiative και τη Zenith Media Athens ενώ εργάστηκε σε μεγάλες διαφημιστικές εταιρείες και σε πολυεθνικούς και τοπικούς λογαριασμούς όπως: Unilever, Coca-Cola 3E, Όμιλος Παντελιάδη (My Market, Kerrygold, Ηπειρος, κ.ά.) Melissa, Hyundai, Μεγάλα και πολλούς άλλους.

Head of Communications & Corporate Affairs στη SKY express η Κλειώ Κούβελα



Καθίσκοντα Head of Communications & Corporate Affairs έχει αναλάβει η Κλειώ Κούβελα στη SKY express. Μετακινείται από τη V+O, όπου διατηρούσε καθήκοντα Business Unit Director. Διαθέτει εκτεταμένη πείρα στον κλάδο της εταιρικής επικοινωνίας

και των εταιρικών σχέσεων. Μέσω των επιτελικών θέσεων που κατείχε στη διάρκεια της επαγγελματικής της πορείας, έχει συμβάλει καθοριστικά στη διαμόρφωση στρατηγικών αειφόρου ανάπτυξης για μεγάλες εταιρείες και οργανισμούς, στην ανάπτυξη και υλοποίηση πρωτοποριακών προγραμμάτων σχετικών με τοπικές κοινωνίες, ενώ έχει επίσης διαχειριστεί θέματα επικοινωνιακών κρίσεων. Πριν να ενταχθεί στην ομάδα της V+O υπήρξε στέλεχος σε εταιρείες όπως η Wind Hellas, η Roche, η Enel Green Power και η Unilever.

Η Λίνα Γαλάζιου στην Diversey ως Global Digital Marketing Director



Σε νέα επαγγελματική στέγη βρίσκεται πλέον η Λίνα Γαλάζιου, η οποία ανέλαβε τη θέση της Global Digital Marketing Director στην Diversey.

Έμπειρο στέλεχος του Digital Marketing με ιδιαίτερη εξειδίκευση τα τελευταία χρόνια στο Search Engine Marketing και στο Social Advertising έχει εργαστεί προηγουμένως ως e-Commerce & CRM Director στη Celestino. Παλαιότερα, εργάστηκε στην PMM Public MediaMarkt, όπου κατείχε τον ρόλο της Head Of Digital Marketing.

Στο παρελθόν έχει διατελέσει μεταξύ άλλων, Head of Digital Performance στην Aegean Airlines και Head of Performance στην Digital Ecosystems. Ασχολείται εντατικά με Digital Strategy και Analytics Consultancy.

**ENTERPRISE GREECE: ΠΡΟΕΔΡΟΣ
Η ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΛΟΪΖΟΥ**


Καθόκοντα πρόεδρος της Enterprise Greece και Γενικής Γραμματέως Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Εξωστρέφειας του Υπουργείου Εξωτερικών ανέλαβε η Βασιλική Λοΐζου. Η Βασιλική Λοΐζου είναι πολιτικός επιστήμων - διεθνολόγος, με μεταπτυχιακές σπουδές στην Ευρωπαϊκή Πολιτική και Διοίκηση στο Πάντειο Πανεπιστήμιο και ειδικεύεται στον στρατηγικό σχεδιασμό και τις μεταρρυθμίσεις, με έμφαση στους τομείς της οικονομίας και της αγοράς. Από το 2012 έως το 2015, ήταν υπεύθυνη στο Υπουργείο Ανάπτυξης για την παρακολούθηση και τον συντονισμό όλων των μεταρρυθμίσεων της αγοράς, καθώς και τη συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση και Διεθνείς Οργανισμούς, όπως ο ΟΟΣΑ και η Παγκόσμια Τράπεζα. Επιπλέον, σημειώνεται ότι διετέλεσε Αναπληρώτρια Γραμματέας Στρατηγικού Σχεδιασμού και Επικοινωνίας της Νέας Δημοκρατίας από τον Ιανουάριο 2016. Τον Οκτώβριο του 2017, ορίστηκε σύμβουλος του Προέδρου της Νέας Δημοκρατίας για θέματα υγείας. Το καλοκαίρι του 2019, ανέλαβε Γ.Γ. Συντονισμού Οικονομικών και Αναπτυξιακών Πολιτικών στην Προεδρία της Κυβέρνησης και από το 2020, διετέλεσε Γ.Γ. Τουριστικής Πολιτικής και Ανάπτυξης του Υπουργείου Τουρισμού.

**Η ΣΟΦΙΑ ΓΑΖΕΑ, BUSINESS
DEVELOPER ΣΤΗΝ COCA-COLA
ΤΡΙΑ ΞΨΙΛΟΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ
ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ**


Η Coca-Cola Τρία ΞΨιλον, κορυφαίος εργοδότης στην Ελλάδα για 4η συνεχόμενη χρονιά, ενισχύει την ομάδα πωλήσεων της, προχωρώντας σε προσλήψεις 50 εποχικών Business Developers σε όλη την Ελλάδα. Οι Business Developers που θα ενταχθούν στη δυναμική ομάδα πωλήσεων της Coca-Cola Τρία ΞΨιλον θα έχουν την ευκαιρία να εργαστούν για ένα ευρύ χαρτοφυλάκιο προϊόντων, που περιλαμβάνει μερικές από τις πιο εμβληματικές παγκόσμιες και τοπικές μάρκες αναψυκτικών, χυμών και ποτών. Ο επαγγελματισμός, η ομαδικότητα, η ευελιξία, η πελατοκεντρικότητα και το πάθος για τις πωλήσεις είναι μερικά από τα κύρια χαρακτηριστικά για έναν Business Developer που εντάσσεται στην ομάδα πωλήσεων της Coca-Cola Τρία ΞΨιλον. Η **Σοφία Γαζέα, Business Developer στην Coca-Cola Τρία ΞΨιλον**, ανέφερε: «Ως υπεύθυνη πωλήσεων για το νησί της Πάρου μπορώ με αυτοπεποίθηση να πω ότι μέσα από τις προκλήσεις μιας έντονης εποχικότητας μπόρεσα να εξελιχθώ προσωπικά και επαγγελματικά. Μέσα από σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες μου, θετική στάση, υποστήριξη και δομημένα πλάνα πωλήσεων, καταφέραμε να χτίσουμε ένα δυνατό αποτέλεσμα που με κάνει να νιώθω περήφανη για τη δουλειά μου.»

**LACTA: ΜΙΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΕΝΑΝΤΙΑ
ΣΤΗΝ ΚΑΚΟΠΟΙΗΣΗ**


Με αφορμή τη «Διεθνή Ημέρα για την Εξάλειψη της Βίας κατά των Γυναικών», και καθώς τα κρούσματα ενδοοικογενειακής βίας παρουσιάζουν, δυστυχώς, σταθερή άνοδο, παρουσιάζονται δράσεις με στόχο στην αντιμετώπιση του προβλήματος.

Η Mondelez σε συνεργασία με την Ogilvy, δημιούργησαν για τη Lacta την καμπάνια «Μη με αφήσεις ποτέ» η οποία έγινε viral στο YouTube, παίχτηκε από όλα τα τηλεοπτικά κανάλια δωρεάν και έγινε αντικείμενο συζήτησης στα Social Media για μέρες, ενώ έχει βραβευτεί με 12 σημαντικά εγχώρια και διεθνή βραβεία, με πιο πρόσφατη τη διπλή διάκριση στα Effie Europe Awards 2022.

Περιγράφει με γλαφυρό τρόπο το είδος της «αγάπης που σκοτώνει». Η Mondelez, από κοινού με τη Lacta, έλαβαν το σημαντικότερο «βραβείο», που ήταν ο αντίκτυπός της σε γυναίκες που βρίσκονται αντιμέτωπες με οικογενειακή βία. Οκταπλασίασε τον αριθμό των κλήσεων για νομική και ψυχοκοινωνική βοήθεια σε θύματα ενδοοικογενειακής βίας και αύξησε κατά 650% την επισκεψιμότητα στο site της Διοτίμα - Κέντρο για τα Έμφυλα Δικαιώματα και την Ισότητα.


**Η UNILEVER ΑΝΑΒΑΘΜΙΖΕΙ
ΤΗΝ ΠΟΛΙΝΑ ΣΤΡΑΤΗ**

Digital Commerce Lead East Europe & Digital Marketing Lead South East & Central Europe | Ice Cream

Τον ρόλο της, αλλά και την περιοχή ευθύνης της Πολίνας Στρατή, επεκτείνει η Unilever, αναβαθμίζοντάς τη σε Digital Commerce Lead East Europe & Digital Marketing Lead South East & Central Europe | Ice Cream. Η σταδιοδρομία της Π. Στρατή στην εταιρεία «μετρά» σχεδόν τέσσερα έτη, ενώ πριν ενταχθεί στη Unilever είχε, μεταξύ άλλων, διατελέσει e-Commerce Specialist στη Henkel.



Θήκες AirPods

Διάλεξε το στυλ που σου ταιριάζει και απόκτησε τη μέγιστη προστασία που σου παρέχουν τα premium υλικά της θήκης για τα airpods σου.



Ενισχυμένα καλώδια φόρτισης

για να φορτίζεις με υψηλή ταχύτητα το iPhone ή iPad σου.



Ασύρματοι φορτιστές

με minimal σχεδιασμό για να φορτίζεις το iPhone σου ή τα AirPods σου ακόμα και με τη θήκη τους.



HUAWEI Freebuds 5i

Η εμπειρία ακρόασης όπως την είχες φανταστεί

Λίγα gadgets έχουν μπει τόσο δυναμικά στην καθημερινότητα της σύγχρονης γυναίκας όσο τα ασύρματα ακουστικά. Πρόκειται άλλωστε για high tech προϊόντα που μπορούν να λύσουν τα... χέρια του χρήστη στο δρόμο, στη δουλειά, στις αθλητικές δραστηριότητες, ακόμα και στο σπίτι, τις ώρες που έχει ανάγκη από λίγη ψυχαγωγία. Ακουστικά, βέβαια, στην αγορά πλέον κυκλοφορούν πολλά. Η HUAWEI όμως κατάφερε το τελευταίο διάστημα να κερδίσει τις εντυπώσεις στην κατηγορία με τα νέα HUAWEI Freebuds 5i.

Κρυστάλλινος ήχος και άψογο design

Προκειμένου να κάνεις πιο εύκολη τη ζωή σου στο γραφείο ή να παρακολουθήσεις χωρίς περισπασμούς την αγαπημένη σου σειρά, θα χρειαστείς ένα ζευγάρι hi tech ακουστικά που να διακρίνονται για τα εξαιρετικά τους χαρακτηριστικά, χωρίς ωστόσο η τιμή τους να είναι απαγορευτική. Τα HUAWEI Freebuds 5i είναι ίσως η καλύτερη επιλογή που μπορείς να κάνεις αν αυτό που αναζητάς είναι ο κρυστάλλινος ήχος και το άψογο design. Στα καταστήματα θα τα βρεις σε 3 χρώματα, γαλάζιο, μαύρο και λευκό για να διαλέξεις αυτό που σου ταιριάζει. Η θήκη τους δε διακρίνεται απλώς για τον άψογο σχεδιασμό, αλλά φορτίζει σε μισή ώρα περίπου και είναι κατασκευασμένη να κρατάει μαγνητικά τα ακουστικά, ώστε να εφαρμόζουν σωστά και σταθερά, αποφεύγοντας τα αχρείαστα ατυχήματα.

Το μεγάλο πλεονέκτημα των Freebuds 5i είναι ότι προσαρμόζονται εύκολα στην καθημερινότητα του χρήστη, καθώς έχουν ήχο υψηλής ανάλυσης. Το προϊόν είναι πιστοποιημένο με Hi-Res Audio Wireless, με ευρύτερη απόκριση συχνότητας, ήχο υψηλής ανάλυσης πλήρους συνδέσμου για πηγές ήχου HD6 και πολλαπλά EQ που ταιριάζουν με ένα ευρύ φάσμα διαφορετικών στυλ, για μια εξατομικευμένη εμπειρία ακρόασης. Τα εφέ Multi-EQ είναι ακόμα μια λειτουργία που διευκολύνει σημαντικά, καθώς δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να προσαρμόσει τα μπάσα ή τα πρίμα, ενώ οι λειτουργίες ακύρωσης θορύβου Ultra, General και Cozy, κλείνουν την... πόρτα σε κάθε ενοχλητικό θόρυβο. Τα Freebuds 5i είναι εξαιρετικά ανθεκτικά στην υγρασία και τον

ιδρώτα, ενώ η διάρκεια της μπαταρίας ανέρχεται στις 28 ώρες με μια πλήρη φόρτιση.

Απόλυτος έλεγχος σε κάθε περίσταση

Παράλληλα, η HUAWEI εξόπλισε τα ακουστικά με dual device connection, για να πραγματοποιείται εύκολη σύνδεση ταυτόχρονα σε 2 συσκευές. Πρόκειται για μια λειτουργία που «απογειώνει» την εμπειρία χρήσης, αφού, ακόμα κι αν βλέπεις κάτι στον υπολογιστή χρησιμοποιώντας τα Freebuds 5i και κάποιος σε πάρει τηλέφωνο, μπορείς απλώς να αγγίξεις δύο φορές το ακουστικό και να απαντήσεις κατευθείαν. Με double-tap μπορείς επίσης να τραβήξεις και selfies, παίρνοντας ολοκληρωτικά τον έλεγχο στα χέρια σου, καθώς τα μοναδικά HUAWEI FreeBuds 5i σου επιτρέπουν να αποδεσμευτείς σημαντικά από το τηλέφωνο.

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα μπορείς να επισκεφθείς την ιστοσελίδα της [HUAWEI](#), καθώς και το [Facebook](#), το [Instagram](#) και το [HUAWEI Community](#).





POWERED BY **instacar**

ΓΡΑΦΕΙ Ο ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΣΚΙΑΝΗΣ

Aν το 2022 δεν κάνετε τη... μεγάλη κίνηση αλλά πλέον είστε έτοιμες για νέες προκλήσεις, το Opel Crossland είναι ο ιδανικός σύμμαχος για κάθε περίπτωση! Το νέο Crossland, ήδη διαθέσιμο για leasing μέσω του instacar με χρονική ευελιξία και μηδενική προκαταβολή, συνδυάζει την πρακτικότητα και την ευελιξία που χρειαζόμαστε εντός πόλης με την τεχνολογία και τις φυσικές αρετές που θα κάνουν απολαυστική κάθε εξόρμηση εκτός αυτής, ακόμα και εκτός δρόμου. Με ελκυστικό, αλλά σοβαρό design, τα γνωστά οφέλη ενός SUV (μεγάλη απόσταση από το έδαφος, ψηλή θέση οδήγησης, ευκολία κίνησης off-road) και γνώμονα την εργονομία, το Crossland δικαιώνει το όνομά του από την πρώτη στιγμή που θα ρίξετε τη ματιά σας επάνω του. Στο εσωτερικό, η καμπίνα «αγκαλιάζει» τους επιβάτες και ικανοποιεί τις ανάγκες σας σε μικροχώρους, χειρισμό αλλά και ανέσεις. Η πανοραμική, «αιωρούμενη» οροφή σε Diamond Black ή Jade White δίνει άλλο «αέρα» σε κάθε μετακίνηση ενώ ο χώρος αποσκευών ξεκινά από τα 410 λίτρα και αγγίζει τα 1.255, από τους μεγαλύτερους της κατηγορίας και επαρκής ακόμα και για ένα family trip. Διαθέσιμο με ροπάτους κινητήρες βενζίνης

Opel Crossland

Έτοιμο για κάθε πρόκληση!



(83 hp) και diesel (110hp), απλώς επιλέξτε τον προορισμό και αφήστε το Crossland να σας μεταφέρει σε αυτόν με τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια, ευκολία και άνεση! «Φορτωμένο» με τεχνολογία που δίνει λύσεις και διευκολύνει οδηγό και επιβάτες, το νέο SUV της Opel θα κάνει τη νύχτα, μέρα με τους AFL LED προβολείς του, θα φρενάρει αυτόματα αν χρειαστεί, θα σας διευκολύνει στη στάθμευση χωρίς να αγγίζετε καν το τιμόνι και θα σας δείξει στη μεγάλη του οθόνη ό,τι συμβαίνει γύρω σας, μέσω των ενσωματωμένων καμερών του. Όλα αυτά ενώ απολαμβάνετε

τα θερμαινόμενα καθίσματα και το θερμαινόμενο τιμόνι, ένα χαρακτηριστικό που λατρεύουμε τον χειμώνα, το infotainment με πλήρη υποστήριξη Apple CarPlay και Android Auto και με το Navi 5.0 IntelliLink να σας καθοδηγεί με ακρίβεια κάθε στιγμή. Η εξωτερική εμφάνιση είναι απλώς... το bonus για τη νέα χρονιά από το Opel Crossland, το οποίο σας καλεί να κατακτήσετε τον δρόμο και να διασχίσετε κάθε εμπόδιο!

Βρείτε το νέο Opel Crossland στο www.instacar.gr.

CALZEDONIA



LOVE YOUR LEGS

Με καρδιές, «kiss kiss», «I love you» lettering και sensual style στα πόδια σας.

CALZEDONIA.COM

ΥΠΟΔΕΧΘΕΙΤΕ ΤΗΝ ΑΝΟΙΞΗ ΜΕ ΕΠΙΔΕΡΜΙΑ ΠΟΥ ΑΚΤΙΝΟΒΟΛΕΙ, ΝΕΑ ΧΡΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΕΡΟΧΑ ΑΡΩΜΑΤΑ

Θέλετε τη φετινή Άνοιξη να είστε on trend; Αν ναι, συνεχίστε το διάβασμα. Συγκεντρώσαμε ορισμένα από τα πιο δημοφιλή tips ομορφιάς της σεζόν, ανακαλύψαμε τις σειρές skincare resolution της χρονιάς και σας προτείνουμε έκρηξη αισθήσεων με αρώματα για εσάς και για εκείνον.

ZADIG&VOLTAIRE

This is Her! & This is Him! Τα αρώματα που κλειδώνουν τη χημεία ενός ζευγαριού με τον πιο μεθυστικό τρόπο. Για εκείνη που είναι αυθόρμητη και πολύ αισθησιακή και για εκείνον που ξεχειλίζει δυναμισμό και τόλμη. Πικάντικο, ξυλώδες, λουλουδάτο for Her και πιπεράτο, ξυλώδες και φρουτώδες for Him! Μαζί προκαλείτε έκρηξη αισθήσεων αλμύρας και φρεσκάδας!

HYPER REAL-MAC

Αναβάθμισε τη makeup-friendly ρουτίνα περιποίησης και οχύρωσε την ενυδάτωση της επιδερμίδας σου με τη νέα **Hyper Real SkinCanvas Balm Moisturizing Cream**, ολοκλήρωσε το τελετουργικό ομορφιάς με το πανίσχυρο αλλά πολύ απαλό έλαιο **Hyper Real Fresh Canvas Cleansing Oil**. Το αποτέλεσμα: Επιδερμίδα υγιής στην όψη και πανέτοιμη για εφαρμογή make-up.

CINQ MONDES

Επιδερμίδα που ακτινοβολεί, δέρμα που αναπνέει και αίσθηση spa που κατακλύζει τον νου και τις αισθήσεις σας... Το πρώτο skincare resolution της χρονιάς γίνεται πραγματικότητα από τη **Cinq Mondes**, το γαλλικό clean beauty brand, με προϊόντα και θεραπείες που εμπνέονται από τις τελετουργίες του κόσμου και organic συνθέσεις με έως και 99% φυσικά συστατικά.

FOREO

Ο απόλυτος σύμμαχος για όσες αγαπούν το double cleansing. Με την ικανότητά του να απομακρύνει κάθε ρύπο και ίχνος μακιγιάζ, το προηγμένο LUNA 4 εγγυάται ότι μετά το πέρας της θεραπείας, η επιδερμίδα θα τρίζει από καθαριότητα. Γνωρίζετε όμως ότι η χρήση του LUNA 4 εκτός από βαθύ καθαρισμό, αφυπνίζει και την επιδερμίδα καθώς και τις αισθήσεις μας;

VITAMIN-ENRICHED FACE BASE

Σχεδιασμένη να θρέφει, να ενυδατώνει και να προετοιμάζει την επιδερμίδα με ένα απλό βήμα, η **Vitamin-Enriched Face Base** συνδυάζει την ευχάριστη αίσθηση μιας ενυδατικής κρέμας με την απόδοση ενός primer που συγκρατεί το μακιγιάζ. Αυτή η πλούσια, αλλά ταυτόχρονα ελαφριά και με κρεμώδη υφή βάση είναι εμπλουτισμένη με ένα μείγμα θρεπτικών συστατικών από τις Βιταμίνες B,C και E.

CLINIQUE

Ιαπωνικός Άνθρακας και Έλαιο Κάρθαμου είναι τα δυο συστατικά που εμπλουτίζουν το Take The Day Off και θέτουν σε νέα βάση το καθημερινό ντεμακιγιάζ. Ο Ιαπωνικός Άνθρακας καθαρίζει σε βάθος και βοηθά στην αποτοξίνωση των πόρων, ενώ το Έλαιο Κάρθαμου συμβάλλει στη διάσπαση των φυσικών ελαίων που βρίσκονται στην επιδερμίδα. Το μαγικό «πάντρεμα» για να αφήσει την επιδερμίδα καθαρή, λεία αλλά και με βαθιά θρέψη και ενυδάτωση.



intimissimi

Italian lingerie



VALENTINE'S STORY

Έρωτας με την πρώτη ματιά: Valentine pink, digital turquoise, powder white
και ο διαχρονικός αισθησιασμός του μαύρου.

INTIMISSIMI.COM

Κάθε γυναίκα οφείλει να έχει στη ντουλάπα της ένα φόρεμα που θα τη βγάλει από τη δύσκολη θέση σε περιστάσεις λίγο πιο επίσημες. Το Duchess party dress είναι αέρινο, elegant, σε φοβερό red wine χρώμα που «αιχμαλωτίζει» το βλέμμα. Το συγκεκριμένο φόρεμα χαρίζει αυτοπεποίθηση και σιγουριά σε απογευματινές και βραδινές εξόδους.

**Duchess
party dress
by Aitheras**



SPRING IDEAS:

ΑΚΡΩΣ ΕΝΤΥΠΩΣΙΑΚΕΣ ΕΜΦΑΝΙΣΕΙΣ

ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΩΙ ΩΣ ΤΟ ΒΡΑΔΥ

Βρισκόμαστε πλέον στην «καρδιά» του χειμώνα, σύντομα όμως θα υιοθετήσουμε τις νέες τάσεις για την άνοιξη του 2023, οι οποίες αναμένεται να φέρουν λίγο χρώμα στη ζωή και στην... γκαρνταρόμπα μας. Η περίοδος αυτή προσφέρεται για πειραματισμό, τόσο με διαφορετικά σχέδια και μοτίβα όσο και με υφάσματα ή υφές. Επειδή όμως δεν υπάρχει πάντα χρόνος για shopping, ας δούμε, στη συνέχεια, μερικά fashion items από το μοναδικό e-shop [Igo Project](#).

IGO PROJECT



**Roses of
Faith Dress
by Nadia
Rapti**

Πρόκειται για ένα chic, σέξι και παράλληλα cool φόρεμα που μπορεί να αναβαθμίσει τις εμφανίσεις μιας γυναίκας κάθε στιγμή της ημέρας. Συνδυάζεται εύκολα είτε με ψηλά πέδιλα, είτε με πιο chunky στοιχεία, όπως τα αρβυλάκια και μια μαύρη ζώνη, δίνοντας υπέροχα outfits.

Not kidding party Collection

Για μια σύγχρονη γυναίκα που δεν επιθυμεί να «κοπιάσει» υπερβολικά για να ξεχωρίσει, μια μεταλλιζέ ολόσωμη φόρμα που κολακεύει απόλυτα τη σιλουέτα και δεν χρειάζεται τίποτα άλλο είναι πάντα σοφή επιλογή!

Shine out Jumpsuit by Aiki Dounot

Cosmic Suiting 03 Blazer Black Wax by The KNL's

Άλλη μια πρόταση που δεν περνά... απαραίτητη είναι αυτό το ιδιαίτερο ρούχο που μπορεί να φορεθεί τόσο ως φόρεμα όσο και ως απλό blazer. Το μήκος του κολακεύει απόλυτα τη σιλουέτα και το shiny ύφασμά του εγγυάται extra λαμπερές εμφανίσεις.

Flare of Heaven Dress Fire Red by Nadia Rapti

Το κόκκινο είναι το χρώμα που σίγουρα δεν περνά αδιάφορο, ειδικά όταν πρόκειται για ένα κομψό φόρεμα, που αγκαλιάζει υπέροχα το σώμα, και συνδυάζεται με βαθύ V.

Ανακαλύψτε περισσότερες προτάσεις για κάθε ανάγκη με μια επίσκεψη στο [Igo Project](#).

IGO PROJECT

Δύσκολος πελάτης, 5 συμβουλές διαχείρισης!

Δύσκολος πελάτης, πως μπορεί κάποιος να τον ορίσει; Δύσκολο πελάτη θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε ίσως κάποιον πολύ απαιτητικό ή παρεμβατικό ή ανυπόμονο ή οτιδήποτε άλλο μας δυσκολεύει στη συνεργασία μαζί του. Σίγουρα κάποια στιγμή όλοι μας έχουμε συναντήσει έναν δύσκολο άνθρωπο όχι μόνο πελάτη αλλά ακόμα και συνεργάτη, ο οποίος με τη συμπεριφορά του μας προκάλεσε, άγχος, νεύρα και γενικότερη δυσφορία. Τι μπορούμε να κάνουμε λοιπόν ώστε να διαχειριστούμε έναν τέτοιο άνθρωπο;

1. Ενσυναίσθηση

Η ενσυναίσθηση ορίζεται ως η συναισθηματική ταύτιση με την ψυχική κατάσταση ενός άλλου ατόμου, και η κατανόηση της συμπεριφοράς και των κινήτρων του. Η ενσυναίσθηση είναι μια εξαιρετική δεξιότητα, που διευκολύνει πάρα πολύ γενικότερα την επικοινωνία μας. Όταν λοιπόν έχουμε απέναντί μας έναν δύσκολο πελάτη θα βοηθούσε, αν προσπαθούσαμε να έρθουμε στη θέση του και τότε ίσως καταλάβαμε το γιατί φέρεται έτσι. Φράσεις όπως «Σε καταλαβαίνω», «Μπορώ να νιώσω το φόβο σου, το άγχος σου, την ανυπομονησία σου, αλλά.....» «Αντιλαμβάνομαι το πως νιώθεις, όμως.....» βοηθούν να καταλαγιάσει ένα συναίσθημα, που εκείνη τη στιγμή είναι σε έξαρση. Παράλληλα έστω και στιγμιαία ο άλλος άνθρωπος γίνεται ασυναίσθητα πιο δεκτικός στο να ακούσει τη δική μας τοποθέτηση.

2. Σεβασμός της διαφορετικότητας

Ο κάθε άνθρωπος είναι διαφορετικός. Φέρεται, αντιλαμβάνεται, αντιδρά διαφορετικά από εμάς. Αυτό δε σημαίνει ότι κάποιος είναι σωστός ή λάθος. Σημαίνει, ότι είμαστε απλά διαφορετικοί. Το να τοποθετήσουμε μέσα στο μυαλό μας το φίλτρο του σεβασμού της διαφορετικότητας, είναι ικανό να δημιουργήσει μια απόσταση, έτσι ώστε η κάθε συμπεριφορά να μη μας

αγγίζει και να μας επηρεάζει το λιγότερο δυνατό.

3. Αποστασιοποίηση

Η αποστασιοποίηση είναι μια «μαγική» ικανότητα παρά πολύ λειτουργική. Όταν έχουμε απέναντί μας έναν δύσκολο άνθρωπο είναι σημαντικό να αντιλαμβανόμαστε, ότι η συμπεριφορά του δε σχετίζεται με εμάς. Ένας νευρικός ή ένας αγχωτικός άνθρωπος δε φέρεται έτσι σε μας γιατί έχει κάτι προσωπικό μαζί μας. Φέρεται έτσι γενικά. Το για ποιους λόγους φέρεται έτσι δε μας αφορά. Είναι καθαρά δικό του θέμα. Αυτό που μας αφορά, είναι να σταματήσουμε να παίρνουμε τη συμπεριφορά του προσωπικά. Είναι τελείως διαφορετικό αν σκεφτούμε π.χ. ότι «Ο Βασίλης μου μίλησε απότομα» από το να σκεφτούμε ότι «Ο Βασίλης μιλάει απότομα». Αντίστοιχα είναι διαφορετικό το «Μπήκε στο γραφείο και δε με χαιρέτισε» από το «Μπήκε στο γραφείο και δε χαιρέτησε». Όταν καταφέρουμε να βγάλουμε το ΜΟΥ ή το ΜΕ από την εξίσωση, τα πράγματα γίνονται πολύ πιο απλά.

4. Καλή Πρόθεση

Είναι επίσης σημαντικό να αντιληφθούμε, ότι ένας πελάτης κάνει ό,τι κάνει γιατί θεωρεί, ότι αυτό είναι καλό για εκείνον και την εταιρεία του. Δεν το κάνει γιατί θέλει να προκαλέσει τη δική μας συμπεριφορά. Το κάνει γιατί εκείνος θεωρεί, ότι με αυτόν τρόπο θα επιτύχει αυτό που θέλει. Αυτό βέβαια δε σημαίνει, ότι αποδεχόμαστε την όποια συμπεριφορά συναντήσουμε. Όταν όμως καλούμαστε να διαχειριστούμε μια δύσκολη συμπεριφορά, το να βάλουμε στο μυαλό μας το συγκεκριμένο φίλτρο, ίσως μας βοηθήσει να γίνουμε πιο λειτουργικοί χωρίς να νιώθουμε εμείς το ίδιο άσχημα ή πιεστικά.

5. Τύποια Καλό & Τύποια Κακό

Μια εξίσου πολύ λειτουργική συμβουλή είναι να αποφεύγουμε να εκφραζόμαστε με χαρακτηρισμούς του τύπου «καλό», «κακό», «ωραίο», «άστοχο» κλπ. Εάν π.χ.

πρόκειται να παρουσιάσουμε ένα project σε έναν πελάτη, αν η συζήτηση δομηθεί πάνω στο αν είναι ή δεν είναι καλό, τότε μπορούμε να μπούμε αυτόματα σε ένα γαϊτανάκι ερωτήσεων του τύπου «Είναι ή δεν είναι καλό για ποιόν;» «Ποιος ορίζει το καλό;», «Ποιος έχει τη μεγαλύτερη γνώση ή εμπειρία για να κρίνει αν είναι καλό;» και πάει λέγοντας. Αντ' αυτού θα ήταν πιο λειτουργικό αν ο καθένας εκφράσει την προσωπική του άποψη με γνώμονα το αν αρέσει σε εκείνον ή όχι. Θα μπορούσε π.χ. ένα έργο να αρέσει σε 99 ανθρώπους και σε έναν όχι. Αυτό δε σημαίνει, ότι το έργο είναι καλό ή κακό. Προσωπική άποψη δικαιούται να έχει ο καθένας μας και είναι απόλυτα σεβαστή. Συνοψίζοντας λοιπόν το σημαντικό είναι να καταλάβουμε, ότι στην επικοινωνία μας με έναν άλλο άνθρωπο, πελάτη ή συνεργάτη, εύκολο ή δύσκολο, το θέμα μας δεν είναι ο άλλος άνθρωπος. Πιθανότατα, δε μπορούμε πάντα να διαλέγουμε το με ποιους ανθρώπους ερχόμαστε σε επαφή, ούτε φυσικά μπορούμε να τους αλλάξουμε. Αυτό που μπορούμε να κάνουμε είναι να υιοθετήσουμε πιο λειτουργικούς τρόπους επικοινωνίας μαζί τους, έτσι ώστε η ζωή μας να γίνεται πιο εύκολη.

Πηνελόπη Ψαράκη
Mindset & Business Coach,
NLP Practitioner
Founder Golden Dust,
Premium Consulting Services

Περαισότερες πληροφορίες

 [Golden Dust | Facebook](#)

 [Golden Dust \(@goldendust.gr\)](#)
• Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram

<https://www.goldendust.gr>



Εκδότης-Διευθυντής
Κώστας Νόστης
Διεύθυνση
Ειρήνη Νόστη
Αρχισυντάκτης
Σόνια Χαϊμαντά

Σύνταξη:
Έλενα Αλεξίου, Κωνσταντίνος Καβαλάρης,
Πέτρος Κυπραίος, Δήμητρα Μήτκα,
Θεοδώρα Νικολοπούλου, Αγγελική Νόστη,
Βαρβάρα Ντέντη, Ελένη Σαραντάκη, Δημήτρης Σκιάνης
Διαφήμιση: Έλλη Μαστρομανώλη
Υπεύθυνη Παραγωγής: Ελένη Καπιτσάκη
Δτρ: Γιάννης Ζούμπας, Νίκος Χαλκιαδάκης
Λογιστήριο: Ανδρέας Λουλάκης

Στοιχεία Επικοινωνίας
Smart Press
Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,
Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS