

Το Μάρκετινγκ και οι Εξαγωγές σε περιβάλλον κρίσης

Γιώργος Πανηγυράκης
Καθηγητής ΟΠΑ
Διευθυντής Προγράμματος MBA

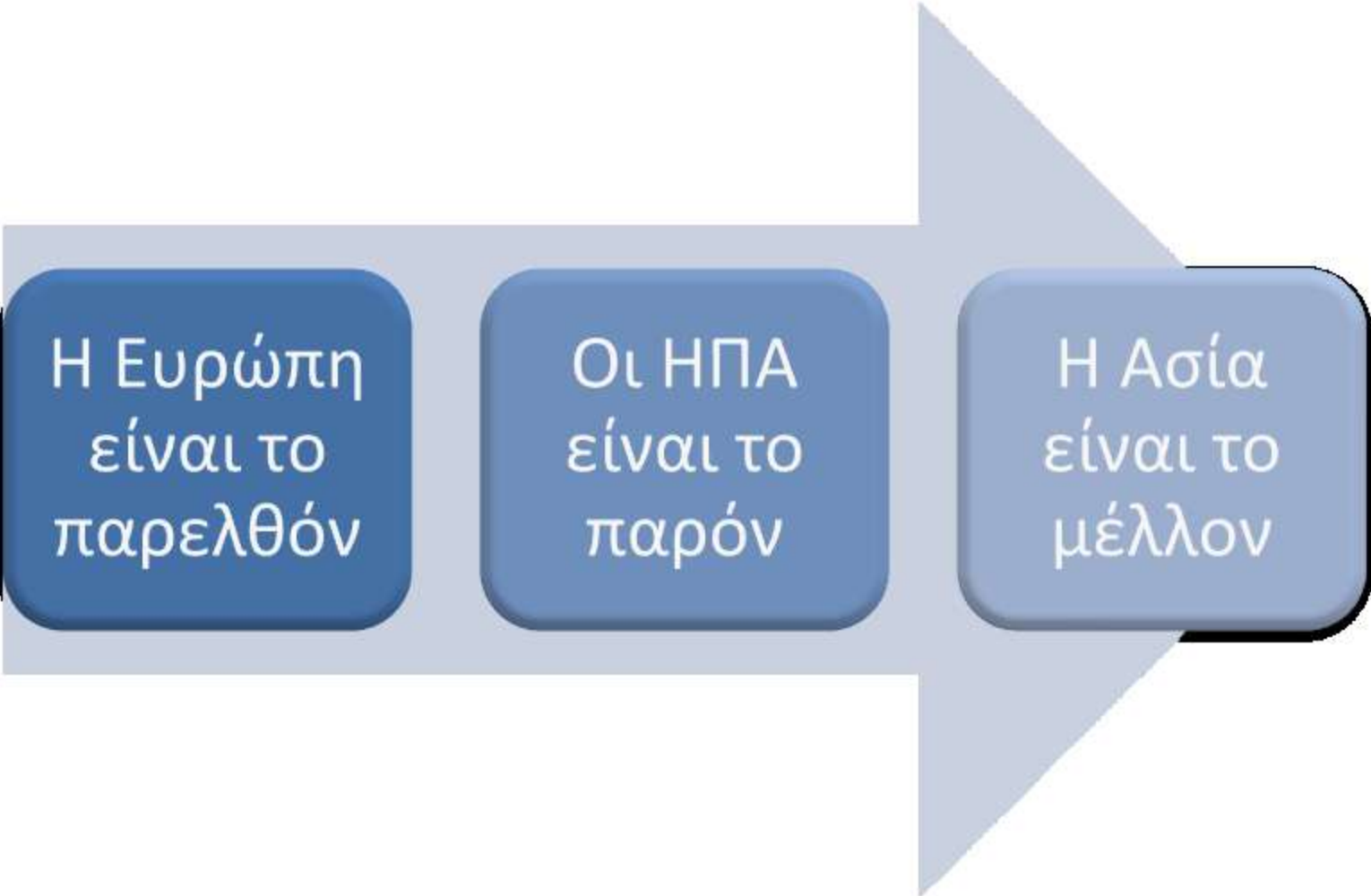
Η ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

“Δεν είμαι Αθηναίος ή Έλληνας αλλά
Πολίτης του Κόσμου”



Σωκράτης, 469-399 π.χ(Πλούταρχος, της Εξορίας)





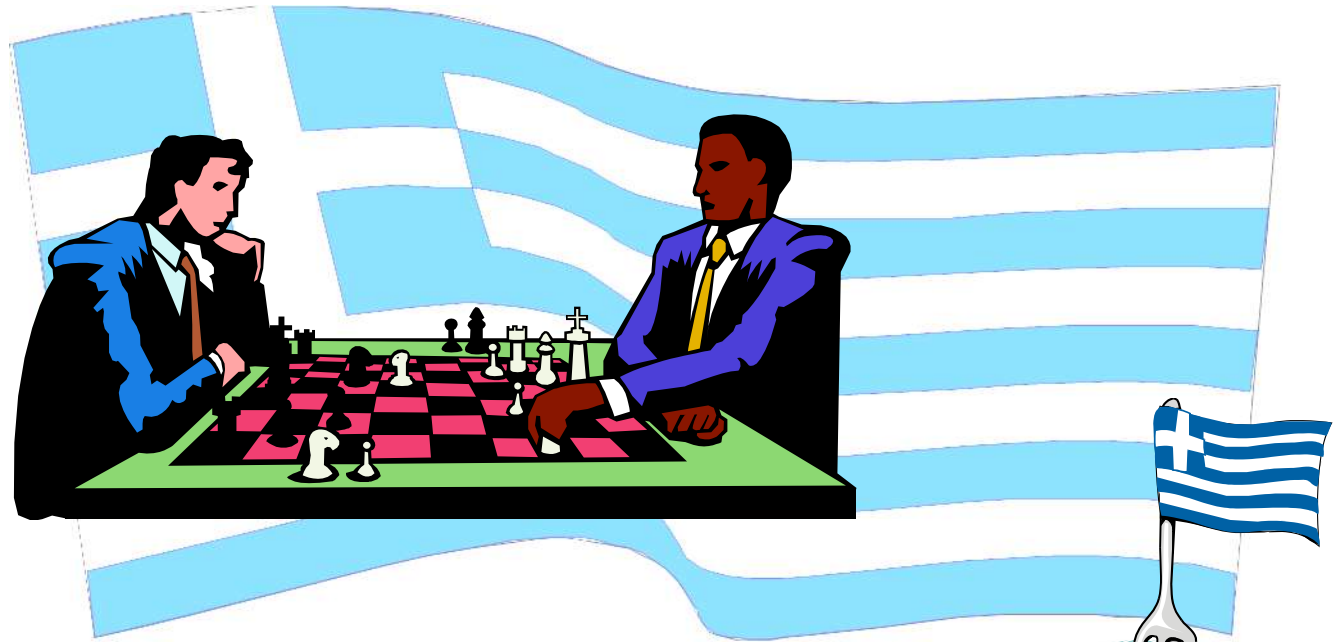
Η Ευρώπη
είναι το
παρελθόν

Οι ΗΠΑ
είναι το
παρόν

Η Ασία
είναι το
μέλλον

ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΗ 2η

Απουσία Εθνικής Εξαγωγικής Στρατηγικής



Είναι η Ώρα της Αυτοκριτικής!!!!



Οφέλη Εξωτερικού Εμπορίου

- Καλύτερη χρήση εθνικών πόρων
- Επιτάχυνση τεχνολογικής ανάπτυξης
- Ανάπτυξη εθνικής αγοράς
- Μείωση ανεργίας
- Βελτίωση συνολικού τζίρου

Οι θέσεις εργασίας στις εξαγωγικές επιχειρήσεις στην Ευρώπη έχουν αυξηθεί με πολλαπλάσιο ρυθμό σε σχέση με τη συνολική ζήτηση



Οι εξαγωγές ταυτίζονται με την ανάπτυξη



Οι εξαγωγές συνεπάγονται υψηλότερες αμοιβές (οι εργασιακές θέσεις που συνδέονται με εξαγωγές αμείβονται κατά 13-16% καλύτερα από την μέση εργασιακή θέση)



Οι εξαγωγές έχουν συμβάλει για την πλειοψηφία των νέων θέσεων εργασίας στη βιομηχανία τα τελευταία χρόνια

Τι είναι το μάρκετινγκ...;

Γιατί οι επιχειρήσεις επιθυμούν μια διεθνή παρουσία

Ανταπόκριση
σε ζήτηση
από το
εξωτερικό

Επιθυμία για
μεγαλύτερες
πωλήσεις και
κέρδη

Αντίδραση σε
αυξανόμενη
πίεση από τον
αυξανόμενο
εθνικό
ανταγωνισμό

Ακολουθούν
τους κύριους
πελάτες τους
στο εξωτερικό

Επιδίωξη
οικονομιών
κλίμακας και
καμπυλών
εμπειρίας

Τα κυριότερα προβλήματα των μικρών και μεσαίων ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων

Η έλλιπή γνώση των πολιτιστικών και κοινωνικών μεταβλητών στις αγορές του εξωτερικού.

Η έλλειψη διοικητικού χρόνου και πόρων (ανθρώπινου δυναμικού και χρηματικών πόρων).

Η αδυναμία στην προσέγγιση των αγορών του εξωτερικού και η επιλογή/ υποκίνηση των εμπορικών πρακτόρων ή μεσαζόντων.

Ο έλεγχος στις διάφορες λειτουργίες στο εξωτερικό.

Το υψηλό κόστος του προσωπικού πωλήσεων.

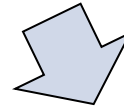
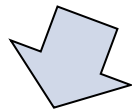
Το υψηλό κόστος των γραφείων τους στο εξωτερικό.

Το υψηλό κόστος προσαρμογής στα διαφορετικά χαρακτηριστικά (standards) ασφάλειας και ποιότητας που επικρατούν στις διαφορετικές αγορές του εξωτερικού.

Η μακροχρόνια προοπτική που είναι απαραίτητο να ακολουθηθεί από μια εξαγωγική επιχείρηση εάν θέλει να πετύχει στις περισσότερες από τις αγορές του εξωτερικού.

**Η Διεθνοποίηση των
Ελληνικών Εξαγωγών/
Ο ρόλος της
Κυβέρνησης**

Δύο διαφορετικές αντιλήψεις



A) Συνεχής κυβερνητική υποστήριξη και παρέμβαση με στόχο την προώθηση της ανταγωνιστικής στρατηγικής των επιλεγμένων κλάδων

B) Υποστήριξη μιας ελεύθερης αγοράς

**...Κανείς Πρέπει να Ξεκινήσει από τα
Απλά-Καθημερινά για να Υλοποιήσει
τα Σημαντικά.....**

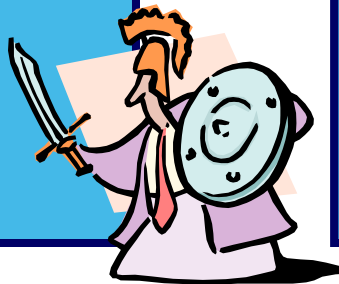


ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΤΑΚΤΙΚΗ Η ΑΝΑΓΚΗ ΥΙΟΘΕΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΝΕΩΤΕΡΙΣΜΟΥΣ ΣΕ ΟΛΑ ΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ:

- ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ
- ΠΑΡΑΓΩΓΗ
- ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ
- ΠΡΟΙΟΝΤΑ
- ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ
- ΔΙΑΝΟΜΗ

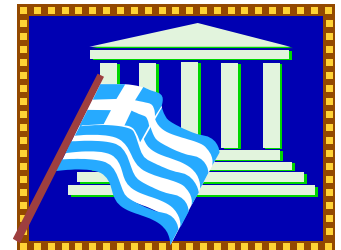
- ΣΥΜΜΑΧΙΕΣ
- ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ
- ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
- ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
- ΟΡΓΑΝΩΣΗ
- ΛΟΜΠΥ



Η ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ & ΝΕΩΤΕΡΙΣΜΟΣ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ (ΕΘΝΙΚΟΥ) ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

- **ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ & ΕΘΝΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ**
- **ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΣ**
- **ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**
- **ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ**
- **ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ**



Η ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

ΣΤΟΧΟΣ



*Η ΚΑΤΑΚΤΗΣΗ ΚΑΙ Η ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ
ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ*



Επανατοποθέτηση της Ελλάδας σε περίοδο κρίσης



Πριν το ξέσπασμα της κρίσης

- 20^{ος} αι: κουλτούρα υπερκατανάλωσης
 - Ο καταναλωτής αγοράζει όχι από ανάγκη αλλά για διασκέδαση και βελτίωση status
 - Αύξηση ατομικών χρεών σε πρωτοφανή επίπεδα



Πριν την κρίση....



ATHENS 2004



Διοργάνωση
Ολυμπιακών αγώνων

Πρώτη θέση στον
διαγωνισμό της
Eurovision



Η Εθνική κερδίζει το Euro





«Λεφτά υπάρχουν!»
Δήλωση του πρωθυπουργού
σε συνέντευξή του το 2009

- Ήδη υπήρχαν ενδείξεις δυσαρέσκειας του καταναλωτή με την υπάρχουσα κατάσταση
 - Τάσεις για υπεύθυνη κατανάλωση και επιστροφή στην απλότητα



Ζούμε σε μια εποχή Κρίσης – Βαθείας παγκόσμιας οικονομικής και κοινωνικής κρίσης Περίοδος μεγάλων αλλαγών



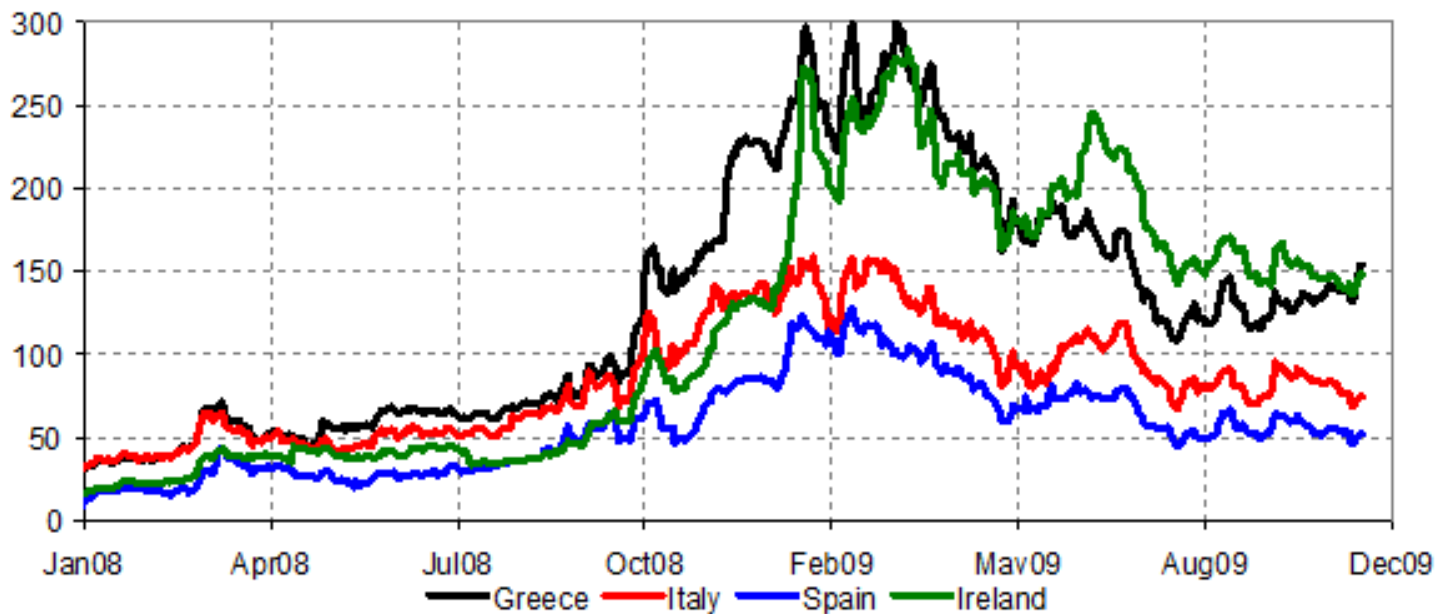
Η Ελλάδα σήμερα...



Η Ελλάδα σήμερα...



Αύξηση των spreads...



Με το ξέσπασμα της κρίσης ο καταναλωτής οδηγήθηκε σε συνολική αναθεώρηση της καταναλωτικής του συμπεριφοράς.



Consumer

Debt





**Έλλειψη μετρητών – αγοραστικής
δυνατότητας**

All you need is cashnot love any more

Damage
Credit D
Big al. down
Deficit D
High
anxi
es
De
P
ks
res
mark
A
visi
Credit Crunch
Spec
De
bl C
C
anch
Fit I



Η σημερινή κρίση

Δεν είναι μόνο οικονομική, αλλά συνολική

- Κοινωνική
- Κρίση αξιών



Κρίση.

Τι είναι η κρίση;

**Στην Κινεζική Γλώσσα συμβολίζεται
με δυο ιδεογράμματα το ένα
συμβολίζει ευκαιρία το άλλο
κίνδυνο**

危机

- Στα ελληνικά η λέξη κρίση που την δανείστηκαν οι περισσότερες γλώσσες σημαίνει απόφαση, σωστή γνώμη, που βγαίνει μετά εκτίμηση των αιτιών, των γεγονότων και των συνθηκών μέσα στις οποίες συνέβηκαν.

Τι κάμει τον Θεό να γελά;

- Όταν βλέπει Πολιτικούς, Ακαδημαϊκούς ή Στελέχη να καταστρώνουν στρατηγικά προγράμματα αντιμετώπισης μιας κρίσης χωρίς να καταλαβαίνουν τις ακριβείς αιτίες της κρίσης!

Στην πραγματικότητα
είναι ένας μοναδικός
συνδυασμός
απληστίας,
ανοησίας,,
απάτης,
και πολλών κακών
συνθηκών!

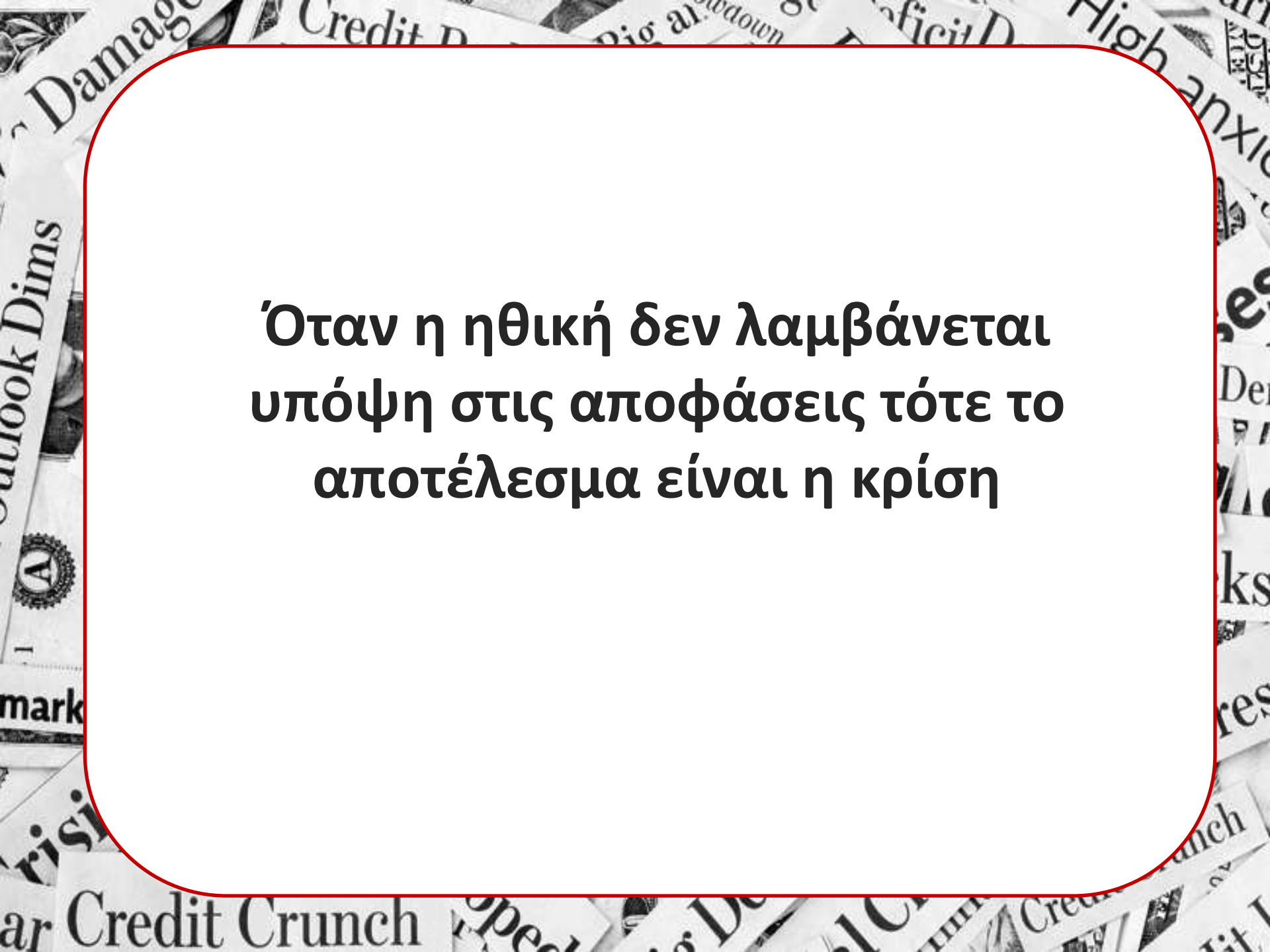


**Δυστυχώς τα τεράστια
πλεονεκτήματα της τεχνολογίας
και της παγκοσμιοποίησης
υπερκαλύφθηκαν από την
απληστία μας και τη διαφθορά**

—

**..... την έλλειψη ηθικής
συμπεριφοράς**

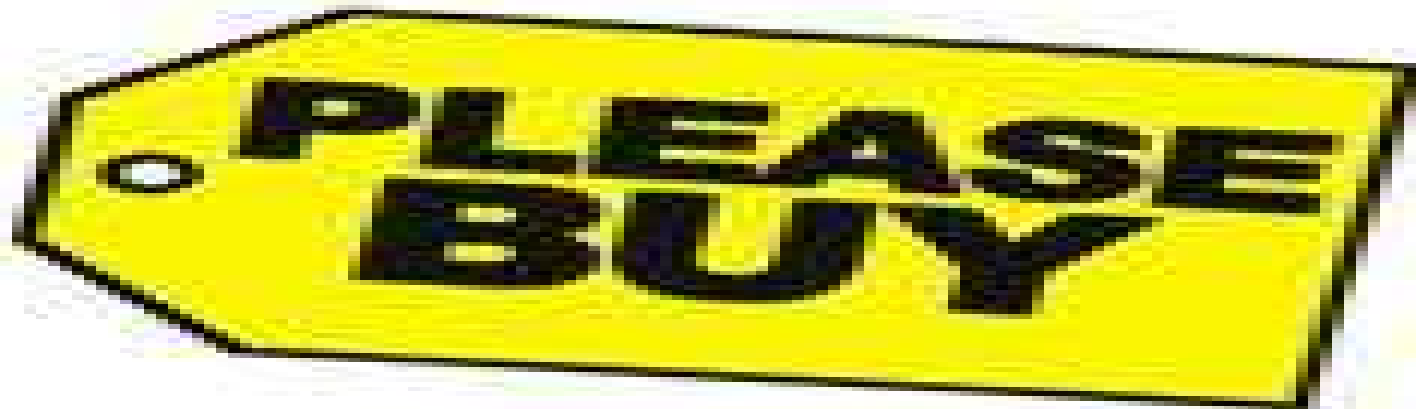
**Το αδύνατο σύστημα αξιών των
διάφορων κυβερνήσεων οδήγησε
σε ανώριμή συμπεριφορά τη βάση
της ιεραρχίας με όλες τις
συνέπειες που ακολούθησαν**



**Όταν η ηθική δεν λαμβάνεται
υπόψη στις αποφάσεις τότε το
αποτέλεσμα είναι η κρίση**

Έχουμε ξεχάσει τους φιλόσοφους:

- Confucius
- Mencius
- Plato
- Aristotle
- Epicurus
- Aquinas
- D. Hume
- T. Hobbes
- J. J. Rousseau
- A. Schopenhauer
- E. Kant
- J. Bentham
- J. Mill
- S. Kierkegaard
- M. Heidegger
- F. Nietzsche
- K. Marx
- G. W. Hegel
- M. Foucault
- R. Barthes
- J. Derrida
- J. P. Sartre
- K. Kastoriadis
- J. Baudrillard
- C. Levi-Strauss
- J. Habermas
- J. Lacan
- E. Levinas
- U. Eco



ferrari

BAD  YEAR

NOKIA

Disconnecting People

CRISISLER



DAEWOO



depression

Μαζική κατάθλιψη

Συμπτώματα

- Μεγάλο προσπάθεια / μικρό αποτέλεσμα
- Μειούμενη αποτελεσματικότητα
- Χαμηλή παραγωγικότητα
- Μείωση τάσης για καινοτομία
- Αδράνεια
- Δυσaréσκεια
- Κόπωση
- Εκνευρισμός με συναδέλφους και πελάτες
- Απουσίες από την εργασία



- Αίσθημα αγανάκτησης ανασφάλειας, απογοήτευσης.
- Κούραση και σύγχυση.
- Προσωπική απομόνωση από φίλους και γνωστούς στη δουλειά και το σπίτι.

**Αίσθημα ότι
χάνουμε τον
έλεγχο**





Τραυματική εμπειρία



Άγνωστη περιοχή

3% αύξηση της ανεργίας:

- 4% περισσότερες αυτοκτονίες
- 6% περισσότερους φόνους
- 28% αύξηση των θανάτων από το αλκοόλ.
- Αύξηση των εμφραγμάτων σε ηλικίες 30-44.



" I THOUGHT WE WERE JUST BUYING A HOUSE! "

Χαμένη δεκαετία;

ΥΦΕΣΗ



**CONSPICUOUS
CONSUMPTION**

**CONSPICUOUS
CURTAILING**

Γιατί επαναλαμβάνεται η Ιστορία;

Γιατί ξεχνάμε εύκολα
Δεν θέλουμε ή δεν ξέρουμε να
θυμόμαστε
Δεν ξέρουμε πώς να μαθαίνουμε



May 4, 1883 Haymarket Riot in Chicago ⁵²

World War I



FREE
SOUP COFFEE & DOUGHNUTS
FOR THE UNEMPLOYED

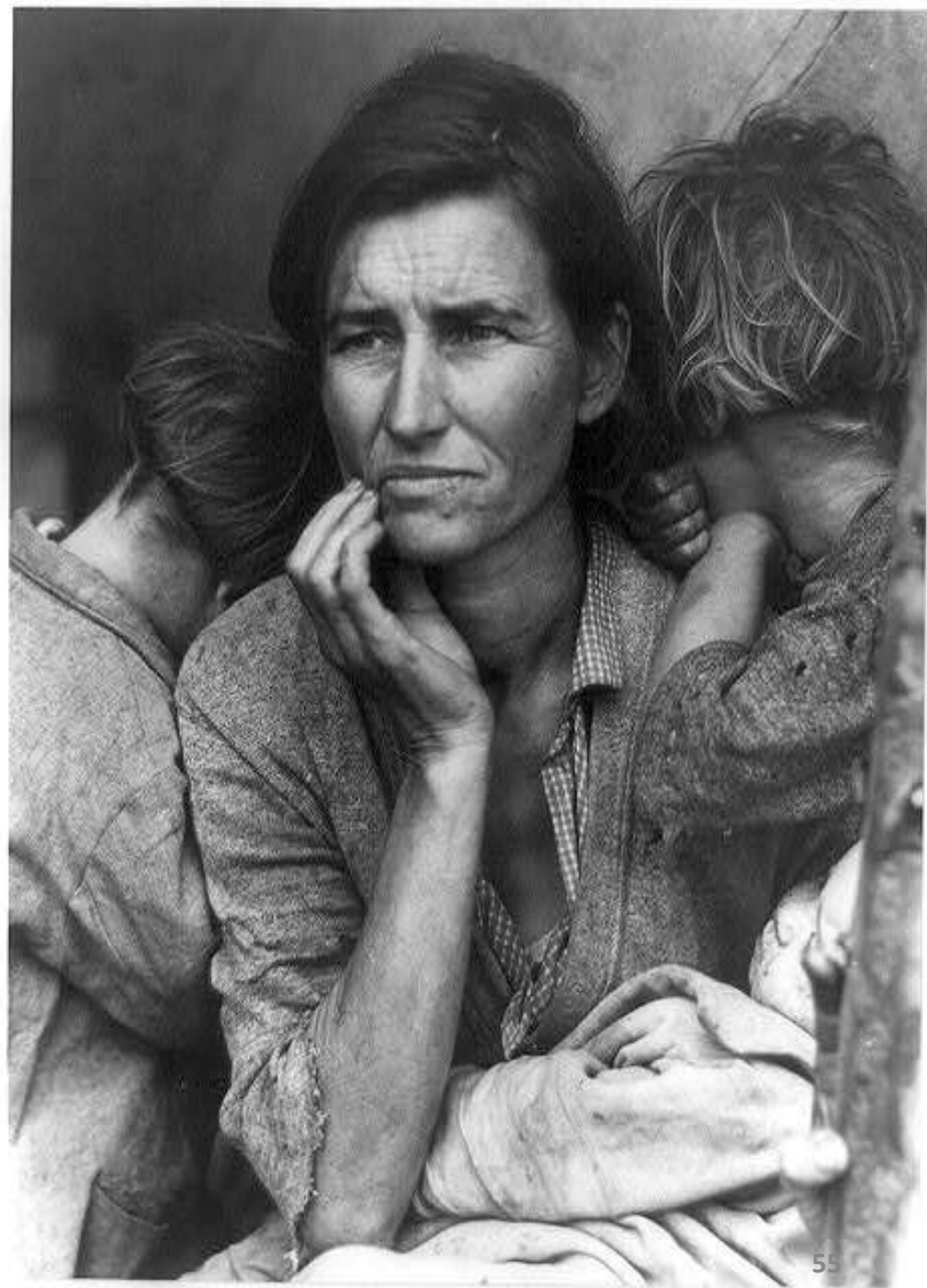
HORAN
BAILIFF

PANNING'S

FREE SOUP



Damage Credit D
Outlook Dims
mark
Crisis
Credit Crunch



Depression 1929



World War II

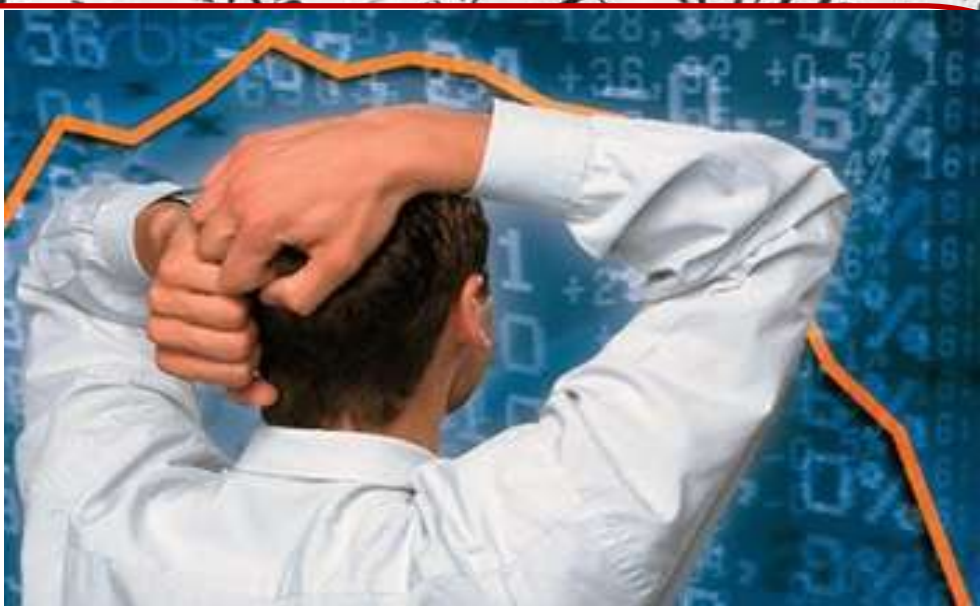




Remember the 1990s?



Damage Credit D Big al. down deficit D High anxio
Dims
es
De
P
ks
res
anch
ar Credit Crunch
ped
as D
um
Cre
Tit I



代码	名称	涨跌幅	代码	名称	涨跌幅
000900	贵州茅台	1.15	206394	浦发银行	0.88
000901	长江电力	0.75	47305	招商银行	0.71
000902	中信证券	1.82	283143	中国平安	2.89
000903	格力电器	0.81	35391	美的集团	2.15
000905	五粮液	0.40	124023	海尔电器	1.20
000906	招商银行	10.71	-0.56	20038	0.52
000908	中信银行	0.12	1071	1.12	
000909	工商银行	0.20	77607	1.15	
000910	建设银行	1.82	98119	1.35	
000911	农业银行	0.15	1307	1.37	
000912	交通银行	1.34	0.30	145384	30.50
000913	兴业银行	0.95	0.27	111555	9.27
000915	民生银行	0.20	0.30	103498	6.10
000916	光大银行	0.09	0.35	24127	1.56
000917	华夏银行	1.56	0.47	14	0.14
000918	渤海银行	0.18	0.14	860	0.45
000919	浙江民泰	0.59	0.74	860	0.45
000920	浙江民泰	0.64	0.04	765	0.36
000921	浙江民泰	0.04	0.04	360	0.36
000922	浙江民泰	0.04	0.04	1114	1.14
000923	浙江民泰	10.46	-0.56	1046	1.10
000925	浙江民泰	1.12	1.12	1180	1.18
000926	浙江民泰	2.15	2.15	116	1.16
00927	浙江民泰	10.33	10.33	95	0.95



**BSC Sold for
\$2 a share**





LEHMAN BROTHERS



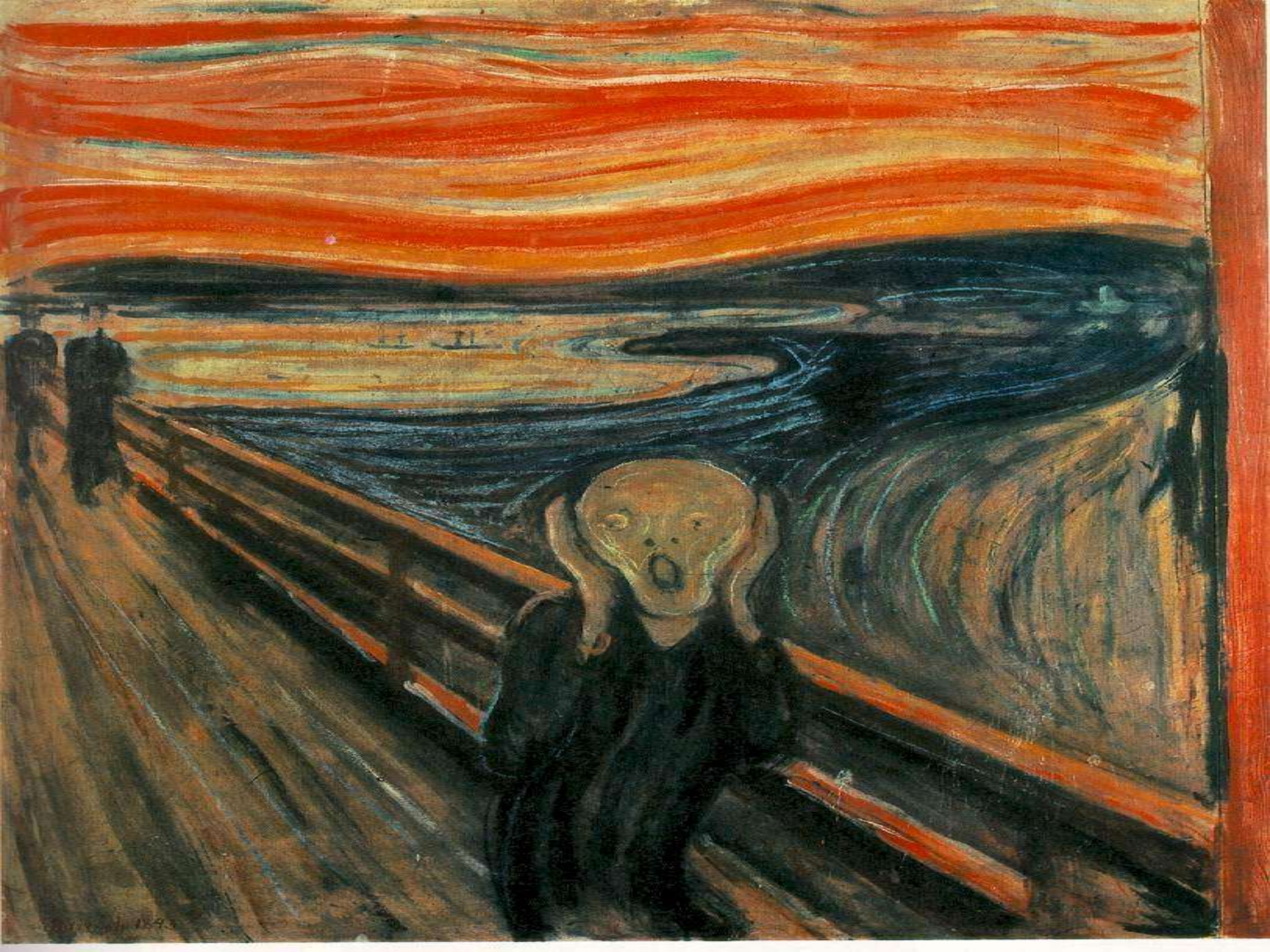
Bradford & Bingley



PIIGS

Greece - Hellas

**Φόβος
Θυμός
ανασφάλεια**



Ο πελάτης σήμερα

Φόβος



Θυμός



Άγχος

Οργή

Αγανάκτηση

Κατάθλιψη



Ανασφάλεια

Αγωνία

Πανικός

**Τα καταναλωτές αναπτύσσουν
διαφορετικούς μηχανισμούς
αντιμετώπισης**

Ο καταναλωτής σήμερα

Ανησυχώ για την ψυχική μου υγεία



31



69



46



18



26



41



45

Η κοινωνία κινείται προς λάθος κατεύθυνση



66



61



70



53



63



39



49

Μετά την ανάκαμψη της οικονομίας, δεν θα επιστρέψω στις πρότερες κατ/κές μου συνήθειες



52



51



50



30



44



45



58

Source: EURO RSCG, 2010

Χάνει την εκτίμηση στον εαυτό του



Έλλειψη εμπιστοσύνης



~~USIP~~

Unique Experience PROPOSITION

Unique Relationship PROPOSITION

Unique Entertainment PROPOSITION

Τι τους απασχολεί;

Πώς θα κρατήσω τη δουλειά μου;

Πώς θα ανταποκριθώ στα καθημερινά μου καθήκοντα;

Πώς θα πληρώσω τα χρέη μου;

Πώς να χειριστώ τους θυμωμένους πελάτες ή προϊστάμενους;

Χρειάζομαι ασφάλεια

Τι θα συμβεί στο μέλλον;



Τα άγχη του σημερινού εργαζόμενου

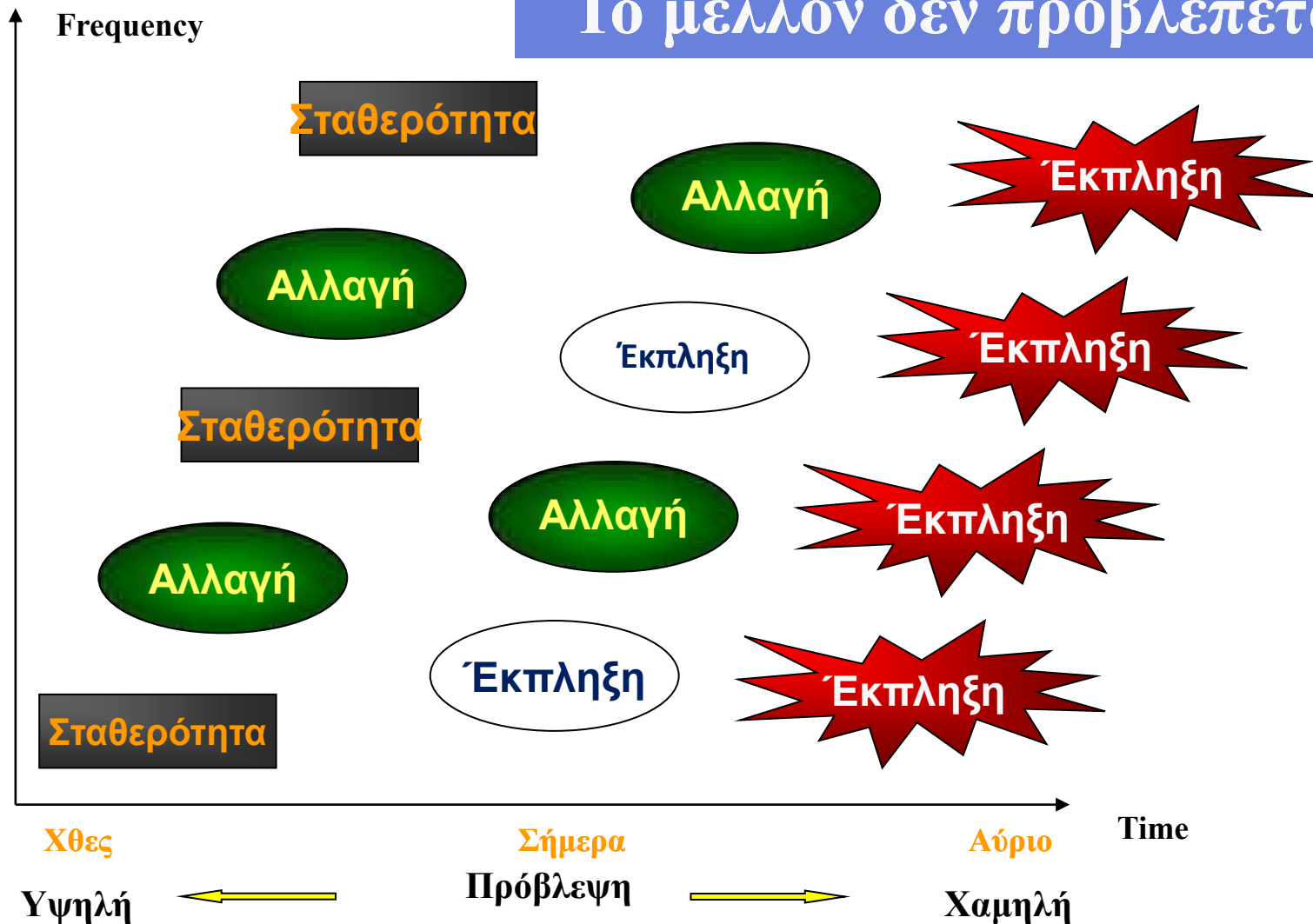
- Θα κρατήσω την δουλειά μου;
- Η επιχείρηση ζητάει από μένα όλο και περισσότερα για να μειώσει τα κόστη



Σε ένα γενικότερο κλίμα αβεβαιότητας

Διοίκηση της Αλλαγής και της Έκπληξης

Το μέλλον δεν προβλέπεται



Γιατί ανθρωποκεντρική; - Human Centric





Δημιούργησε μια
**LEARNING
ORGANISATION**

Δημιούργησε μια
**ETHICAL
ORGANISATION**

Δημιούργησε μια
**EXPERIENCE
ORGANISATION**

αύξηση
ανταγωνιστικότητας

απασχόληση
για το ευρύτερο
σύνολο

εισόδημα
για το ευρύτερο
σύνολο

σύνδεση αρχαίου
και σύγχρονου
κόσμου

σεβασμός
στο περιβάλλον



Ο τουρισμός σε πρωταγωνιστικό ρόλο
στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδας

ισόρροπη
περιφερειακή
ανάπτυξη

κύρος
επιχειρηματικότητας

υπερηφάνεια
εργαζομένων

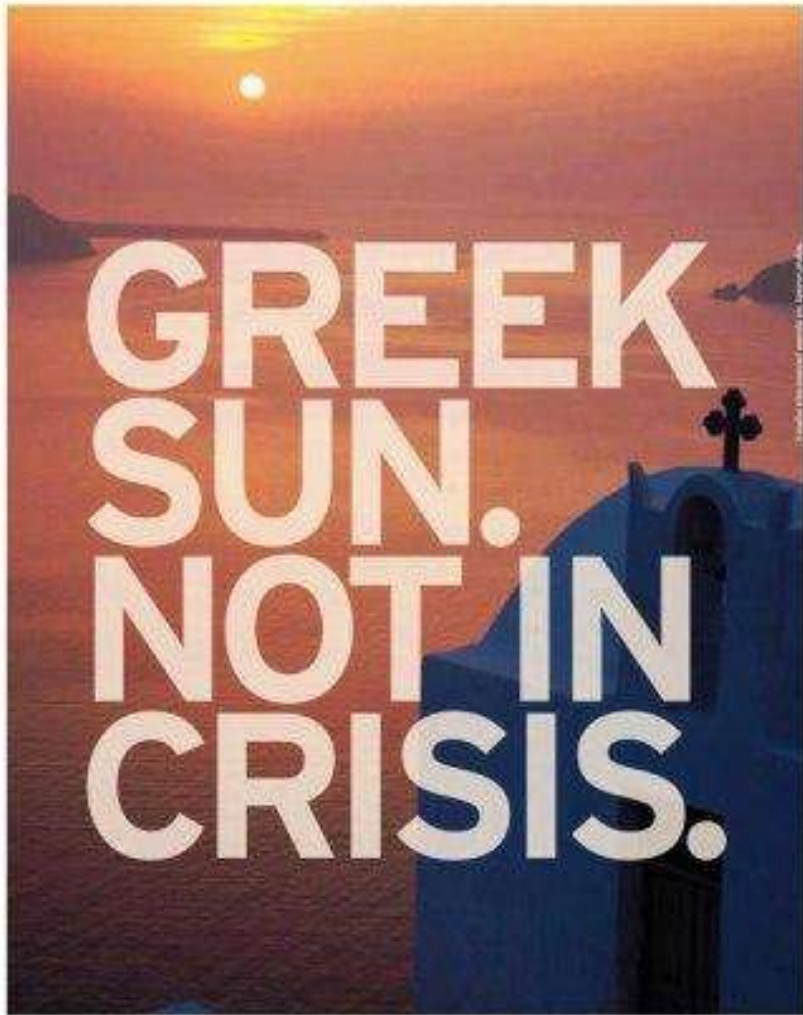
διατομεακές
συνέργειες

υψηλό βιοτικό
επίπεδο



Sea
Sun
Sex
Souvlaki



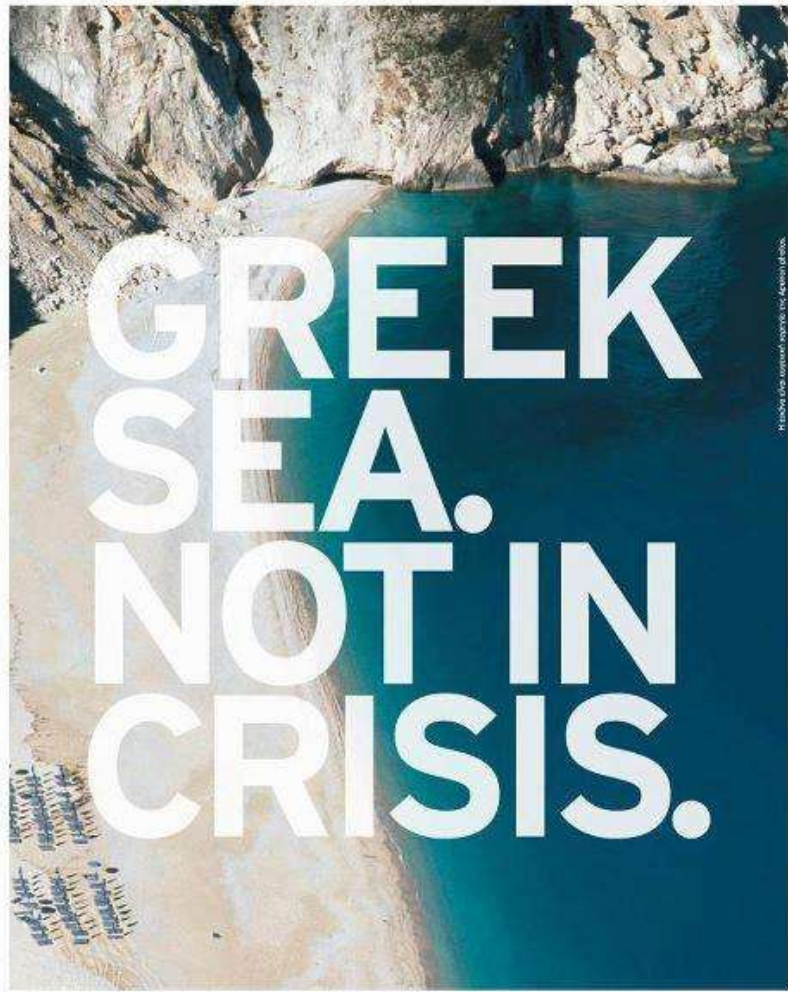


© 2010 ADL. All rights reserved. ADL, SAATCHI & SAATCHI

Greece, feel it.

#GreeceFeelIt (tag for SNS at Saatchi, Santorini Island)

ADL
SAATCHI & SAATCHI



© 2010 ADL. All rights reserved. ADL, SAATCHI & SAATCHI

Greece, feel it.

Myrtoe Beach, Aerial View, Cephalonia Island

ADL
SAATCHI & SAATCHI

**Αφήστε τους να
εκτονωθούν**





ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ

Καινοτομία






**Διατηρήσιμο Ανταγωνιστικό
Πλεονέκτημα**

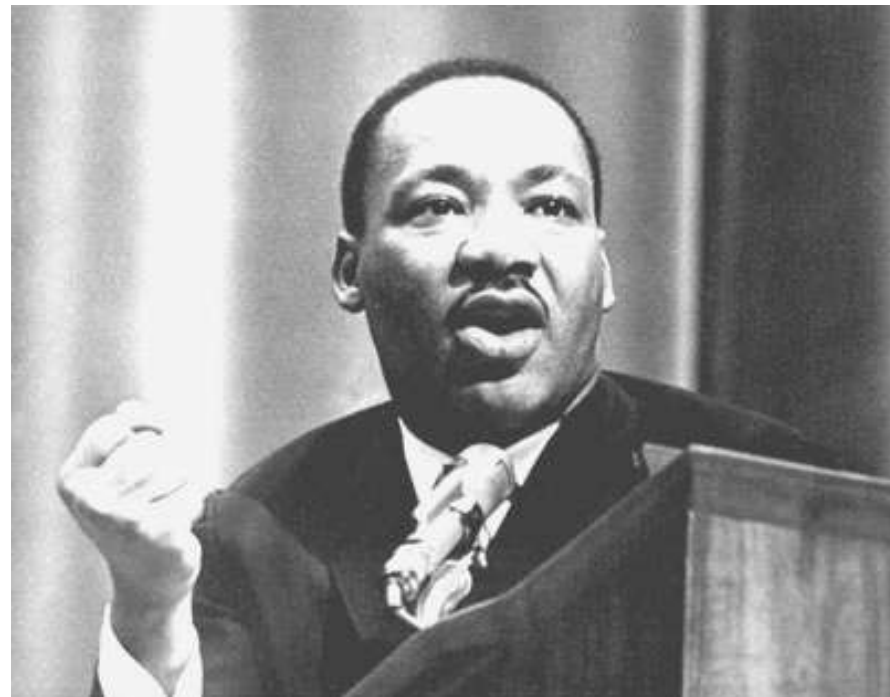
Ο φόβος είναι δειλός. Επιτίθεται μόνο
όταν είσαι αδύνατος ή σε σύγχυση.





Σήμερα τα άτομα φοβούνται για
τα πάντα

**–“Κανείς δεν μπορεί να ανέβει στη
πλάτη σου αν δεν σκύψεις.”
—Martin Luther King, Jr., 1960**



Τα τέσσερα Π της κρίσης

- Πελάτες
- Πολίτες
- Προσωπικό
- Προμηθευτές

Σας ευχαριστώ πολύ





για το χρόνο και την προσοχή σας !