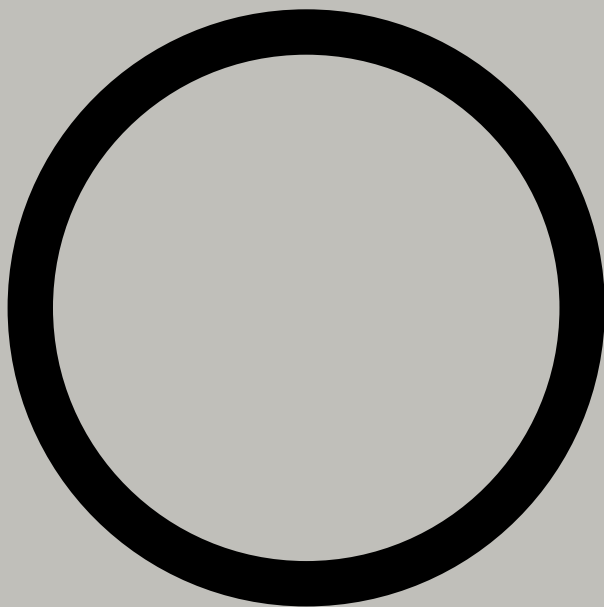


THE  
GUIDE TO  
BETTER  
VISIONING

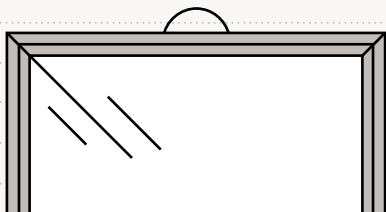
[4.0]

**GROWTH**

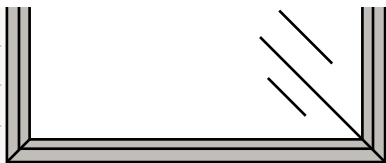


# Ή σε απλά Ελληνικά, ανάπτυξη!

Μετά την χρήση όλων των διαφημιστικών εργαλείων και την βέλτιστη διαχείριση της εικόνας, έρχεται η στιγμή όπου πρέπει να διαχειριστείτε τον νέο όγκο πελατών, παραγγελιών, και υποχρεώσεων. Πιθανά προβλήματα που ίσως να μην τα υπολογίζατε πριν, έχουν αρχίσει και γιγαντώνονται, και προϋπάρχοντα προβλήματα, πλέον γεννούν νέα.



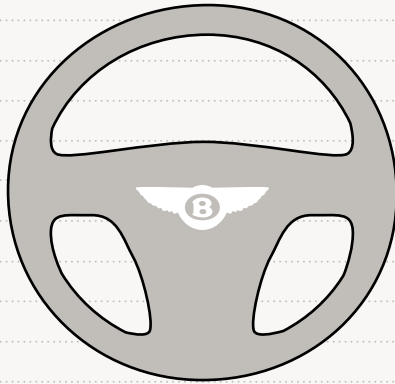
**Το brand σας δεν είναι μόνο η εικόνα σας, αλλά και οι διαδικασίες σας, ο τρόπος που λειτουργείτε, ο τρόπος που συμπεριφέρεται η επιχείρησή σε πελάτες, προμηθευτές και εργαζόμενους.**



# Χαρακτηριστικά παραδείγματα; Πολλά.

**Η Google, είναι ένα από αυτά.** Η εικόνα που έχει είναι μια εταιρεία κολοσσός με την δημιουργικότητα να είναι η αιχμή του δόρατος, δημιουργικότητα η οποία όμως αναβλύζει μέσα από τις ίδιες τις διαδικασίες που έχτισε. Έτσι, μπορεί να δει κανείς όμορφα διαμορφωμένους χώρους εργασίας, ευέλικτα ωράρια εργαζομένων, διατηρηματικές διαδικασίες brainstorming.

**Όλα αυτά συνηγορούν στη συνολική εικόνα της εταιρείας, αλλά και την παραγωγή αποτελεσμάτων από αυτήν.**



Άλλο ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα του πώς οι διαδικασίες μια επιχείρησης συμβάλλουν στην εικόνα της είναι η **Bentley**. Η βρετανική βιομηχανία αυτοκινήτων δεν σταμάτησε ποτέ να δείχνει ότι η παραγωγή του εσωτερικού των αυτοκινήτων της πραγματοποιείται στο χέρι. Προφανώς θα μπορούσε να έχει αυτοματοποιήσει την όλη διαδικασία. Αλλά γιατί δεν το κάνει; Μα γιατί δημιουργεί την εικόνα και το μύθο της μέσα από μια διαδικασία.

Τι θα λέγατε λοιπόν να  
δούμε την επιχείρησή σας  
στο σύνολό της;

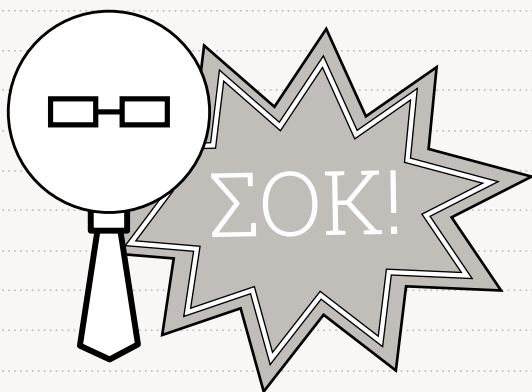
Πώς θα σας φαινόταν η συνολική ανάπτυξη  
της εικόνας της, πέρα από τα συνηθισμένα;  
Η δυνατότητα εφαρμογής νέων εργαλείων διοί-  
κησης, διαχείρισης, εκπαίδευσης και πρόβλεψης;  
Όλα αυτά είναι εφικτά.

Με τον καθορισμό της εικόνας που έχετε σαν  
επιχείρηση, και την βελτίωση σε στρατηγικό  
επίπεδο έρχεται η ώρα να εμπλουτίσουμε τις  
επιχειρησιακές και διαχειριστικές σας ανάγκες.

**Γιατί δεν φτάνει απλά να έχετε μια Ferrari, αλλά  
πρέπει και το εσωτερικό της να αποδίδει σε μια  
τέτοια.**

Η επιχείρηση είναι οι διαδικασίες, τα προϊόντα,  
οι εργαζόμενοι, το εξωτερικό της περιβάλλον.  
Όλα αυτά παρουσιάζουν διάδραση μεταξύ τους,  
είναι αλληλένδετα. Δεν γίνεται λοιπόν να πραγ-

ματοποιούνται βελτιώσεις στο επίπεδο της εξωτερικής εμφάνισης και της προώθησης, ενώ τα υπόλοιπα κομμάτια της επιχείρησης παραμένουν στάσιμα. Τα νέα δεδομένα που θα δημιουργηθούν, κάνουν την ανάγκη της διαχείρισης της ανάπτυξης απαραίτητη. Ακόμη όμως και στην υπάρχουσα κατάσταση, πριν την εισροή νέων πελατών, τα περιθώρια στα οποία μπορεί να γίνει ακόμη πιο αποδοτική μια επιχείρηση, είναι μεγάλα.



Ακόμη και για κάποιον έμπειρο επιχειρηματία, στέλεχος επιχείρησης ή διαχειριστή καταστήματος, μια αλλαγή μπορεί να επιφέρει σοκ. Αυτό το σοκ μπορεί να προέρχεται από τις υπάρχουσες δομές της επιχείρησης, οι οποίες απλά συ-

νεχίζουν να μένουν στο παρελθόν. Κάτι τέτοιο όμως, δεν ευνοεί ούτε τις εισπράξεις, ούτε την εικόνα αυτή καθ' αυτή.

**Μια επιχείρηση εξελίσσεται, όπως εξελίσσονται τα προϊόντα, οι πελάτες της, η εικόνα της, με τέτοιο τρόπο ώστε να δημιουργήσει νέες, αποδοτικότερες και πιο εύχρηστες δομές. Η εξέλιξη αυτή πρέπει να είναι διαχειρίσιμη και να προσεγγίζεται ολιστικά.**

Μέσα από επιστημονικές διαδικασίες, πουμπορούν να επιφέρουν μια πραγματική βελτίωση στην απόδοση της επιχείρησης. Οι υπάλληλοι μπορούν να γίνουν καλύτεροι και αποδοτικότεροι, οι πελάτες σας να γνωρίζουν απόλυτα τους όρους συνεργασίας σας και να αντιμετωπιστούν προβλήματα ρευστότητας, καθημερινές διαδικασίες να σταματήσουν να σας ταλαιπωρούν, να προβλέψετε και να σχεδιάσετε τα βήματά σας καλύτερα.



# Φτάνει όμως να γίνουν οι διαδικασίες απλά καλύτερες;

Αν δεν είναι οργανικό κομμάτι της νοοτροπίας της επιχείρησης και στοιχείο του πως βλέπεις το περιβάλλον καθώς και το πώς την βλέπει το περιβάλλον, θα αποβληθούν από μέσα της σαν ξένο σώμα.

Έτσι, όλα τα παραπάνω, από την ταυτότητα, τις αξίες ως τις αρχές του brand σας μπορούν να δώσουν μια άλλη πνοή σε σας. Να δει ο κόσμος μια διαφορετική επιχείρηση, όχι μόνο στην εικόνα αλλά και στην πράξη.



Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της λογικής είναι η εταιρεία head & shoulders. Η εταιρεία αυτή αποφάσισε και έκανε μια τεράστια αλλαγή στο μπουκάλι της

από αυτό:



σε αυτό:



Το πραγματοποίησε κάνοντας χρήση πολύ συγκεκριμένου σκεπτικού. Το πρώτο μπουκάλι ήταν πράγματι σχετικά ευχάριστο στο μάτι, ιδιαίτερο και πρωτότυπο. Όμως δεν βοηθούσε τη μεταφορά του, καθώς χωρούσαν λιγότερες συσκευασίες ανά φορτηγό και ήταν η κατασκευή του ήταν επίσης πολύ ακριβότερη. Οδηγήθηκε σε απλούστερες δομές που διατηρούσαν τα βασικά χαρακτηριστικά του brand της επιχείρησης (logo,

χρώματα, κ.ά.) εξυπηρετώντας ταυτόχρονα και επιχειρησιακές ανάγκες της. Έτσι μέσα από την αλλαγή διαδικασιών, έχοντας υπόψιν και την ανάπτυξη αλλά και το ίδιο της το brand, κατάφερε να δημιουργήσει ένα ευδιάκριτο προϊόν, το οποίο να την εξυπηρετεί και επιχειρησιακά.



Έτσι, αυτό που λέμε είναι ότι απλά, το τι κάνετε δεν είναι διαφορετικό από το πώς φαίνεστε. Γίνετε αυτό που θέλετε να βλέπουν οι πελάτες σας, λειτουργήστε με τους δικούς σας όρους, κάντε την επιχείρησή σας καλύτερη με τρόπο εναρμονισμένο με την εικόνα σας.

**Δημιουργήστε ένα ολοκληρωμένο και ισορροπημένο σύνολο.**

info@blindstudio.gr  
+30 2310 515206  
Valaoritou 7 / Thessaloniki / GR  
**www.blindstudio.gr**

**Blind**<sup>+</sup>  
CREATIVE STUDIO