

ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑΣ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- 1.1. Η τεχνική SCAMPER
- 1.2. Έξι καπέλα σκέψης
- 1.3. Δημιουργική σκέψη και τεχνολογία πληροφορικής
- 1.4. Χρήσιμες συμβουλές δημιουργικής σκέψης
- 1.5. Δραστηριότητες δημιουργικής σκέψης
- 1.6. Αυτοεκτίμηση
- 1.7. Επιχειρηματικά εργαλεία σκέψης
- 1.8. Εργαλεία παρακολούθησης και ελέγχου
- 1.9. Εργαλεία κοινωνικός επιχειρηματίας πρέπει να γνωρίζει
- 1.10. Αναφορά μεθόδων και εργαλείων επιπτώσεων και επιδόσεων



Η ΤΕΧΝΙΚΗ SCAMPER

Η ΤΕΧΝΙΚΗ SCAMPER ΒΟΗΘΑ ΕΝΑ ΑΤΟΜΟ ΝΑ ΑΝΑΚΑΛΥΨΕΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΩΝΤΑΣ ΕΤΣΙ ΝΕΕΣ ΙΔΕΕΣ (EBERLE, 1996). ΟΙ ΝΕΕΣ ΙΔΕΕΣ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΠΑΡΑΛΛΑΓΗ / ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΣΚΕΨΗΣ.



ΤΟ SCAMPER ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΑΚΡΩΝΥΜΙΟ:

S - Υποκαθιστώ

C - Συνδυάζω

A - Προσαρμόζω

M - Μεγεθύνω (εναλλακτικά τροποποιώ)

P - Βάζω σε άλλες χρήσεις

E - Εξαλείφω (εναλλακτικά ελαχιστοποιώ)

R - Αναδιατάσσω (εναλλακτικά αντιστρέφω)

1.2 ΕΞΙ ΚΑΠΕΛΑ ΣΚΕΨΗΣ

Η ιδέα των **Six Thinking Hats (de Bono, 1985)** :

- επιτρέπει στις ιδέες να εκτίθενται σταδιακά, κάθε φορά που φέρνουμε στο προσκήνιο αυτό στο οποίο θέλουμε να επικεντρωθούμε, καταλήγοντας έτσι σε μια λύση.
- Τα χρώματα εφαρμόζονται ένα προς ένα μέχρις ότου ληφθεί μια τελική εικόνα.
- Πλεονέκτημα: οι συμμετέχοντες στη συζήτηση μπορούν να "αποκλειστούν" από τα συνηθισμένα διανοητικά αντανακλαστικά τους και να προσπαθήσουν να εξετάσουν το θέμα που συζητείται από διαφορετικές οπτικές γωνίες.
- Επιτρέπει την υπέρβαση της στάσης της αντίστασης και δημιουργεί προϋποθέσεις για εποικοδομητικότητα και δημιουργικότητα.



ΡΟΛΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΩΝ ΚΑΠΕΛΩΝ:

- **Λευκό καπέλο:** παρουσιάζει τα γεγονότα και τις πληροφορίες σχετικά με την κατάσταση και το πρόβλημα. Αυτή είναι η αντικειμενική γνώση, περισσότερο περιγραφή παρά εξήγηση.
- **Κόκκινο καπέλο:** αντιπροσωπεύει τις συναισθηματικές αισθήσεις του προβλήματος ή της κατάστασης. Είναι μια υποκειμενική εμπειρία, συναισθήματα και διαίσθηση.
- **Χρυσό καπέλο:** παράγει νέες ιδέες, προτάσεις και λύσεις. Είναι σύμβολο ανοιχτής και δημιουργικής σκέψης.



ΡΟΛΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΩΝ ΚΑΠΕΛΩΝ:

- **Κίτρινο καπέλο:** συλλέγει τις *θετικές πτυχές της λύσης*, τα πλεονεκτήματα ή τα μελλοντικά οφέλη. Παρουσιάζει επίσης το *θετικό κίνητρο* της επιλεγμένης λύσης.
- **Μαύρο καπέλο:** συγκεντρώνει όλες τις *αρνητικές πτυχές* της σωστής ανάλυσης ή λύσης. Απειλές, δυσκολίες ή κακές συνέπειες περιγράφονται.
- **Μπλε καπέλο:** *έλεγχος ολόκληρης της διαδικασίας*. Προσφέρει τα διαδοχικά βήματα κατά τη διάρκεια της συνάντησης και στη συνέχεια. Επιτρέπει στους συμμετέχοντες να *τροποποιήσουν* τη διαδικασία και να *εστιάσουν τις μεθόδους* στη σωστή κατεύθυνση.



1.3. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΣΚΕΨΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Oflow

Είναι μία από τις πολλές εφαρμογές που έχουν σχεδιαστεί για να βοηθήσουν στην παραγωγή των καλύτερων ιδεών. Κάνει χρήση πάνω από 150 διαφορετικά μηνύματα και συμβουλές για να βοηθήσει το μυαλό να εμπνευστεί και να εργαστεί. Η Oflow μπορεί να σας βοηθήσει να δημιουργήσετε καθημερινές υπενθυμίσεις δημιουργικότητας, να κρατάτε σημειώσεις και να επεξεργάζεστε τις καλές ιδέες.

Steller

Είναι μια εφαρμογή που μας επιτρέπει να δημιουργούμε εικόνες με βάση την εικόνα για online ανταλλαγή. Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να δημιουργούν διαφορετικές ιστορίες με τη χρήση φωτογραφιών, βίντεο και εικόνων (Perez, 2014). Αυτή η εφαρμογή είναι μέρος των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης και είναι πολύ ιδιαίτερη στη δημιουργική της μορφή.

Brainstormer

Πρόκειται για μια μοναδική και όμορφα σχεδιασμένη εφαρμογή. Παρέχει ηλεκτρονικά εργαλεία για τη συγγραφή τυχαία δημιουργημένων ιδεών και έργων κάθε είδους. Αποτελείται από τρεις διαφορετικούς τροχούς (πλοκή, θέμα και ρύθμιση / στυλ), όπου ο χρήστης προσπαθεί να δημιουργήσει ένα σενάριο ανάλογα με τα αποτελέσματα σε κάθε κατηγορία μετά από τυχαίο γύρισμα. Με μια τεράστια ποικιλία συνδυασμών, αυτό το εργαλείο καταφέρνει να τονώσει τη δημιουργική σκέψη και την παραγωγή νέων ιδεών.

Άλλα:

Εναλλακτική σκέψη
Χαρτογράφηση μυαλού
Τυχαία δημιουργία λέξεων
Σύνδεση εικόνων
Αλλαγή Προοπτικής
"Σηκωθείτε και βγείτε έξω"

Τυχαία εισαγωγή
Αντιστροφή
Μέθοδοι ανάλυσης
Αρνητικό brainstorming
Storyboarding
Μεταφορική σκέψη
Μετατοπιστής εγκεφάλου

1.4 Χρήσιμες συμβουλές δημιουργικής σκέψης

1. ΔΙΑΒΑΣΤΕ,
ΑΚΟΥΣΤΕ Η ΔΕΙΤΕ
ΤΙΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΕΣ
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ
ΑΝΘΡΩΠΩΝ.

2. ΤΑΚΤΙΚΟ
BRAINSTORM, ΕΙΤΕ
ΜΟΝΟΙ ΣΑΣ ΕΙΤΕ
ΣΕ ΟΜΑΔΕΣ.

3. ΝΑ ΕΧΕΤΕ ΠΑΝΤΑ
ΕΝΑ
ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑΡΙΟ
ΚΑΙ ΕΝΑ ΣΤΥΛΟ ΣΕ
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΟΥ ΜΙΑ
ΜΕΓΑΛΗ ΙΔΕΑ ΣΚΑΕΙ
ΣΤΟ ΚΕΦΑΛΙ ΣΑΣ.

4. ΑΝ ΚΟΛΛΗΣΕΤΕ ΣΕ
ΚΑΠΟΙΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ,
ΑΝΟΙΞΤΕ ΕΝΑ ΛΕΞΙΚΟ ΚΑΙ
ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΙΑ ΤΥΧΑΙΑ ΜΙΑ
ΛΕΞΗ ΚΑΙ ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ
ΣΥΝΔΥΑΣΤΕ ΤΥΧΑΙΑ ΤΙΣ
ΛΕΞΕΙΣ ΓΙΑ ΝΑ ΒΟΗΘΗΣΕΤΕ
ΤΟ ΜΥΑΛΟ ΣΑΣ ΝΑ
ΜΕΤΑΚΙΝΗΘΕΙ ΣΕ ΝΕΕΣ
ΑΝΕΞΕΡΕΥΝΗΤΕΣ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ.

5. ΒΕΒΑΙΩΘΕΙΤΕ ΟΤΙ ΟΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΑΣ, ΚΑΘΩΣ ΑΥΤΟ ΘΑ ΣΑΣ
ΚΑΝΕΙ ΠΟΛΥ ΠΙΟ ΕΥΚΟΛΟ ΝΑ ΒΡΕΙΤΕ ΙΔΕΕΣ ΚΑΙ ΛΥΣΕΙΣ.

1.4 Χρήσιμες συμβουλές δημιουργικής σκέψης

6. ΚΑΝΤΕ ΜΙΑ ΒΟΛΤΑ Η Ή ΕΝΑ ΝΤΟΥΣ.

7. ΑΝ ΨΑΧΝΕΤΕ ΓΙΑ ΧΑΛΑΡΩΣΗ, ΣΚΕΦΤΕΙΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΜΙΑ ΒΟΛΤΑ, ΝΑ ΑΚΟΥΣΕΤΕ ΧΑΛΑΡΩΤΙΚΗ ΜΟΥΣΙΚΗ Η Ή ΝΑ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΤΕ ΦΥΣΙΚΗ ΟΜΟΡΦΙΑ (Π.Χ. ΘΑΛΑΣΣΑ, ΒΟΥΝΟ Η ΔΕΝΤΡΑ), ΕΝΩ ΣΚΕΦΤΕΣΤΕ. ΑΝ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΕΤΕ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΣΑΣ ΣΚΕΨΗ, ΕΞΕΤΑΣΤΕ ΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΒΙΒΛΙΩΝ, ΤΗΝ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΑΖΛ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΠΟΥ ΔΙΕΓΕΙΡΟΥΝ ΤΟ ΜΥΑΛΟ ΣΑΣ. ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΤΗ ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ.

8. ΚΑΝΕΤΕ ΚΑΤΙ ΝΕΟ ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΧΕΤΕ ΚΑΝΕΙ ΑΚΟΜΗ (Π.Χ. ΤΡΩΤΕ ΝΕΟ ΦΑΓΗΤΟ, ΝΤΥΘΕΙΤΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΑ, ΟΔΗΓΕΙΤΕ ΜΙΑ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ, ΠΑΡΤΕ ΕΝΑ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟ ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΘΕΙΤΕ ΣΕ ΕΝΑΝ ΞΕΝΟ).

9. ΔΙΑΒΑΣΤΕ, ΔΙΑΒΑΣΤΕ, ΔΙΑΒΑΣΤΕ,

10. ΑΣΚΕΙΣΤΕ ΤΟΝ ΕΓΚΕΦΑΛΟ ΣΑΣ ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΑΦΗΡΗΜΕΝΑ, ΓΡΑΦΟΝΤΑΣ, ΕΠΙΛΥΟΝΤΑΣ ΠΑΖΛ, ΣΥΖΗΤΩΝΤΑΣ Η ΚΑΝΟΝΤΑΣ Ο,ΤΙΔΗΠΟΤΕ ΠΟΥ ΣΑΣ ΕΠΙΤΡΕΠΕΙ ΝΑ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΕΤΕ ΝΕΕΣ ΨΥΧΙΚΕΣ ΣΥΝΔΕΣΕΙΣ.



1.5. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ

ΠΟΙΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ

- οι ερευνητές είναι συχνά άμεσοι συμμετοχοί
- είναι πάντοτε υποκειμενικές στα ίδια τα πειράματα,
 - η τυποποίηση είναι σχεδόν απύσασα

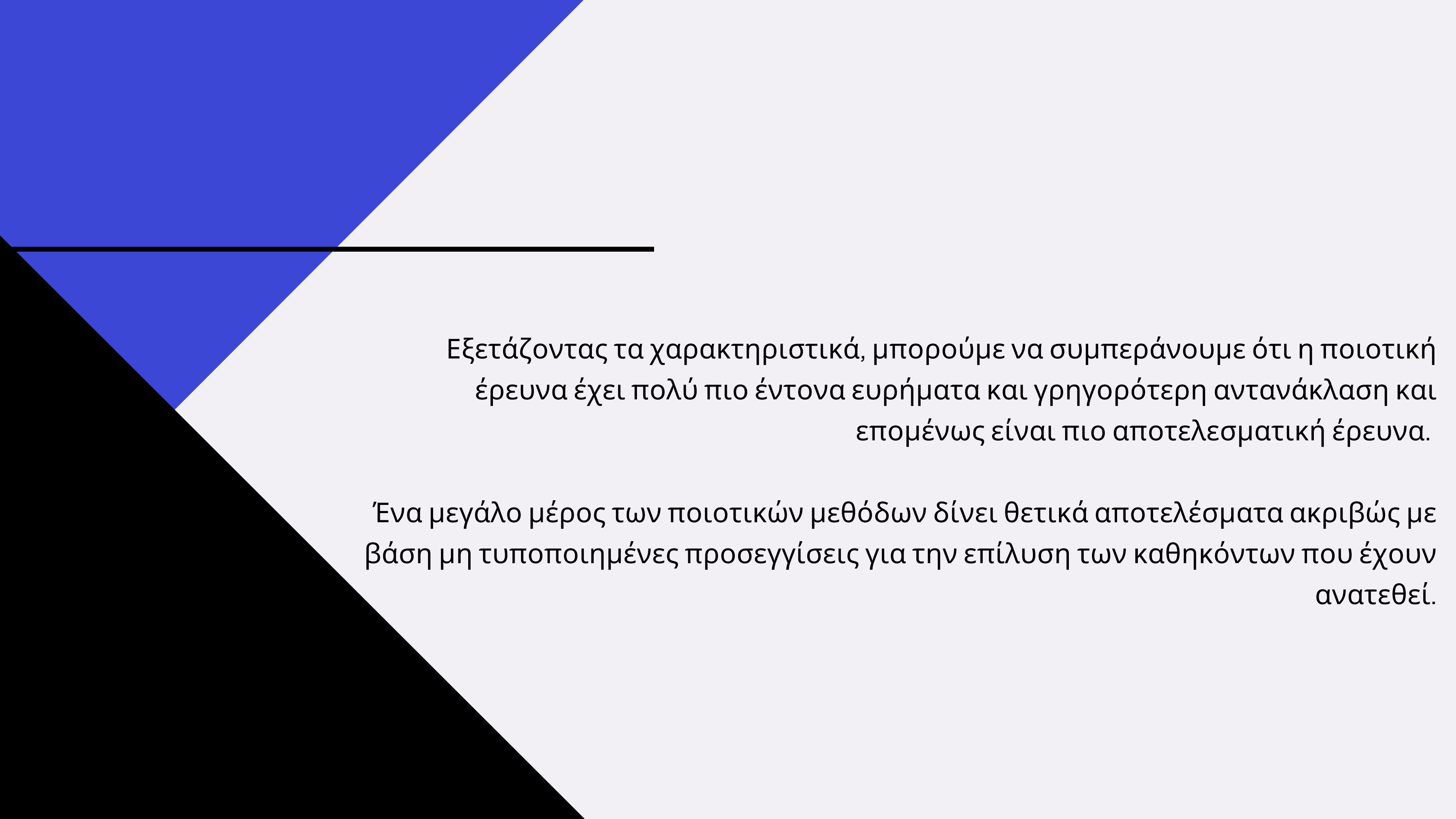
ΠΟΙΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ

- Διερευνήστε συγκεκριμένες ιδιότητες ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος των εξεταζόμενων αντικειμένων.
- Εντοπίστε κρυφές, εσωτερικές εξαρτήσεις μεταξύ των αντικειμένων που ερευνήθηκαν.
- Αποκαλύψτε αιτιώδεις δεσμούς για τα φαινόμενα που μελετήθηκαν.
 - Καθορίστε τις παραμέτρους για την εφαρμογή των επακόλουθων ποσοτικών μεθόδων έρευνας.



ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ

- η παρέμβαση του ερευνητή μπορεί να βλάψει την αντικειμενικότητα των αποτελεσμάτων
- οι ερευνητές είναι πάντα παρατηρητές
- δεν υπάρχει υποκειμενικός παράγοντας
- τα ποσοτικά πειράματα είναι αυστηρά τυποποιημένα (προκειμένου τα αποτελέσματα να είναι συγκρίσιμα),



Εξετάζοντας τα χαρακτηριστικά, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η ποιοτική έρευνα έχει πολύ πιο έντονα ευρήματα και γρηγορότερη αντανάκλαση και επομένως είναι πιο αποτελεσματική έρευνα.

Ένα μεγάλο μέρος των ποιοτικών μεθόδων δίνει θετικά αποτελέσματα ακριβώς με βάση μη τυποποιημένες προσεγγίσεις για την επίλυση των καθηκόντων που έχουν ανατεθεί.

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ (ΚΛΑΣΙΚΗ, ΠΟΙΟΤΙΚΗ) ΜΕΘΟΔΟΣ

Στον πυρήνα της βρίσκεται ο μηχανισμός επίγνωσης του περιεχομένου και της σημασίας του κειμένου. Η παραδοσιακή ανάλυση εγγράφων αποσκοπεί στην καταγραφή γεγονότων, φαινομένων και συνεπάγεται τη χρήση διαφόρων πνευματικών λειτουργιών για την ερμηνεία τεκμηριωμένων δεδομένων από μια συγκεκριμένη, επιλεγμένη από την άποψη του ερευνητή.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΓΓΡΑΦΩΝ

= ανάλυση πληροφοριών

ΔΙΑΤΥΠΩΜΕΝΗ (ΠΟΣΟΤΙΚΗ) ΜΕΘΟΔΟΣ - ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ:

Η ουσία της έγκειται στην εύρεση τέτοιων ενδείξεων και χαρακτηριστικών του εγγράφου που αντικατοπτρίζουν τις βασικές πτυχές του περιεχομένου του. Αυτή η μέθοδος εφαρμόζεται:

- όταν απαιτείται υψηλός βαθμός ακρίβειας · παρουσία εκτεταμένου και μη συστηματικού υλικού.
- όταν δεν είναι δυνατή η επεξεργασία του κειμενικού υλικού χωρίς συνοπτική αξιολόγηση.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΓΓΡΑΦΩΝ

= ανάλυση πληροφοριών



Τα δημιουργικά κίνητρα είναι μέθοδοι που βασίζονται σε τρεις βασικές αρχές:

- Βελτίωση των δημιουργικών δεξιοτήτων του προσωπικού, βελτιστοποιώντας τις οργανωτικές διαδικασίες
- Δημιουργία κατάλληλου περιβάλλοντος για την ανταλλαγή ιδεών
- Παρουσίαση συγκεκριμένων ιδεών για την καινοτομία (Heerwagen, 1998).

ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΑΥΤΕΣ ΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝΤΑΙ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ:

Βήμα 1. Αναβάθμιση των ατομικών δεξιοτήτων, των δυνατοτήτων, των κινήτρων και της εμπειρίας

Κάθε άτομο έχει διαφορετική γνώση και εμπειρία. Με βάση την προσωπική μας εμπειρία και γνώση, γνωρίζουμε τον κόσμο γύρω μας με διαφορετικό τρόπο. Η θέα είναι αυστηρά ξεχωριστή και μοναδική για όλους. Εάν αντιλαμβανόμαστε τις απόψεις διαφορετικών ανθρώπων, τότε μπορούμε να δημιουργήσουμε μια πραγματικά μοναδική συλλογή ιδεών.

Βήμα 2. Αύξηση της αυτοεκτίμησης και εμπιστοσύνης στην ομάδα

Το υψηλό επίπεδο εμπιστοσύνης και αυτοεκτίμησης στο χώρο εργασίας βρίσκεται στο επίκεντρο της δημιουργικότητας. Τα άτομα που έχουν υψηλή αυτοαξιολόγηση δεν διστάζουν να εκφράσουν τις δικές τους απόψεις και ιδέες. Με αυτή την έννοια, η υψηλή αυτοεκτίμηση οδηγεί στη δημιουργία νέων ιδεών.

Βήμα 3. Αύξηση του κινήτρου στην εργασία / παροχή υπηρεσιών

Οι ενεργοί και υποστηριζόμενοι υπάλληλοι ή πελάτες έχουν περισσότερες δυνατότητες να αξιοποιήσουν τις υπάρχουσες γνώσεις τους και να προσφέρουν καινοτόμες λύσεις και ιδέες.

ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΑΥΤΕΣ ΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝΤΑΙ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ:

Βήμα 4. Ενεργοποίηση προσωπικών συναισθημάτων και ιδίων κινήτρων

Ο δημιουργικός άνθρωπος σκέψης διαφέρει από τον απλό άνθρωπο που εμπλέκεται πλήρως σε αυτό που κάνει.

Βήμα 5. Ενθάρρυνση της ομαδικής εργασίας και της ανταλλαγής ιδεών

Η δημιουργία και η ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών και λύσεων είναι πολύ ευκολότερη και πιο εφαρμόσιμη σε μια καλά οργανωμένη ομάδα. Αυτό οφείλεται στην παρουσία πολλών απόψεων και προοπτικών.

Βήμα 6. Αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων του φυσικού περιβάλλοντος και των πόρων

Η αναβάθμιση της συλλογικής δημιουργικότητας είναι δυνατή μόνο όταν η απαραίτητη βάση γνώσεων και πληροφοριών είναι διαθέσιμη σε όλα τα μέλη της ομάδας.

Βήμα 7. Προετοιμασία ενός συγκεκριμένου θέματος και δημιουργία της ευκαιρίας δημιουργίας νέων ιδεών

Σε αυτό το βήμα, είναι δυνατό να αναπτυχθεί μια καινοτόμος ιδέα που θα γίνει πραγματικό προϊόν, διαδικασία, τεχνολογία, μέθοδος αγοράς κ.λπ.

ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΑΥΤΕΣ ΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝΤΑΙ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ:

Βήμα 8. Δημιουργία ιδεών με τη χρήση της μεθόδου brainstorming

Μια καλή προσέγγιση είναι να εκτελέσετε τις επονομαζόμενες συνεδρίες για τη δημιουργία ιδεών χρησιμοποιώντας τη μέθοδο brainstorming. Είναι επίσης επιθυμητό να εφαρμοστούν νέες μέθοδοι και προσεγγίσεις κατά τη διεξαγωγή των δραστηριοτήτων του ομίλου.

Βήμα 9. Ημέρα για ξεκούραση και χαλάρωση

Κατά την επίλυση ενός προβλήματος, είναι σημαντικό να εξετάσουμε διαφορετικές οπτικές γωνίες. Η ξεκούραση και η χαλάρωση είναι εξαιρετικά σημαντικά τόσο για ατομικές όσο και για ομαδικές συνεδρίες.

Βήμα 10. Δημιουργήστε μια καινοτόμο ιδέα και κάντε την πραγματική

Η επιλογή και η αναζήτηση μιας ιδέας από τις πολλές ιδέες που δημιουργούνται είναι ένα ουσιαστικό μέρος της δημιουργικής διαδικασίας. Η επιλεγμένη ιδέα πρέπει να αξιολογηθεί και να προταθεί για εφαρμογή στην οργάνωση

1.6. ΑΥΤΟΕΚΤΙΜΗΣΗ

ΓΡΑΨΤΕ 6 ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΣΑΣ.

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΑΠΟ:

- ΣΩΣΤΟ - ΛΑΘΟΣ

ΝΑ ΒΕΒΑΙΩΝΕΣΤΕ ΠΑΝΤΑ ΟΤΙ Η ΣΩΣΤΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΕΙΝΑΙ ΚΙΤΡΙΝΗ

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Η ΤΕΧΝΙΚΗ SCAMPER ΒΟΗΘΑ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΔΕΩΝ ΓΙΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ Ή ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ, ΕΝΘΑΡΡΥΝΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΣΚΕΨΗ, ΠΩΣ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΑΝ ΝΑ ΒΕΛΤΙΩΘΟΥΝ ΤΑ ΥΠΑΡΧΟΝΤΑ.

A) ΣΩΣΤΟ

B) ΛΑΘΟΣ

1.7. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΣΚΕΨΗΣ

ΚΙΝΗΤΡΟ

"Η επιχειρησιακή σκέψη είναι μόνο μέρος αυτού που κάνει τους επιχειρηματίες επιχειρηματικούς."

BASKERVILLE PETER ΣΤΟ FORBES

Υπάρχουν εργαλεία που μπορούν να εφαρμοστούν στους κοινωνικούς επιχειρηματίες για να γίνουν πιο επιχειρηματικοί.

Όνομα δραστηριότητας: Ο ορισμός και το νόημα της επιχειρηματικής σκέψης

Δραστηριότητα για κατανόηση / μελέτη
Κείμενο, σύνδεσμοι, γραφήματα

1.7. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΣΚΕΨΗΣ

KRUEGER (2007)

η επιχειρηματική σκέψη είναι για τη στάση και τις πεποιθήσεις. Πρόκειται για την ύπαρξη επιχειρηματικής νοοτροπίας εμπειρογνομώνων. Επικεντρώνεται σε βαθιές πεποιθήσεις που ενθαρρύνουν τη συμπεριφορά που σχετίζεται θετικά με την επιχειρηματική έκβαση.

Η επιχειρηματική σκέψη επιτρέπει στους ανθρώπους να αναγνωρίσουν ευκαιρίες στην αγορά, να επωφεληθούν από καινοτομίες ή τεχνολογικές αλλαγές και να βρουν τον τρόπο και τον χρόνο για να επωφεληθούν από αυτές.

1.7. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΣΚΕΨΗΣ

FLEISCHMANN (2015)

η επιχειρηματική σκέψη χαρακτηρίζεται από ελπιδοφόρα, ολιστική-συνδετική, κοινωνική και ηθική, ουτοπική, ευρετική και διαλεκτική σκέψη. Είναι δράση και ομάδα προσανατολισμένη, επιτρέπει την ηγεσία, δυνάμεις κατά της αλλοτρίωσης, επιτρέπει την επίλυση προβλημάτων.

Η επιχειρηματική σκέψη είναι μια δεξιότητα που μπορεί να μάθει και μπορεί να εφαρμοστεί σε κάθε είδους επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικών επιχειρήσεων. Υπάρχουν μερικοί σημαντικοί παράγοντες που θα μπορούσαν να προωθήσουν την επιχειρηματική σκέψη (**Dewald, 2014**) όπως:

- Πολιτισμός: σκέψη έξω από το κουτί και αποδοχή κινδύνου, ανοχή σε νέες ιδέες
- Συμμετοχή όλων στη δημιουργική σκέψη
- Δυνατότητα δράσης σε μικρή κλίμακα



1.8. Εργαλεία παρακολούθησης και ελέγχου


Κίνητρα

Μόλις μια κοινωνική επιχείρηση είναι έτοιμη, λειτουργεί και παραδίδει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της, πρέπει να αποδείξει την αξία που παρέχει και τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων της. Αυτού του είδους οι αποδείξεις θα εμπνεύσουν τους ανθρώπους μέσα στην οργάνωση και θα πείσουν τους συμμετέχοντες και τους πιθανούς χρηματοδότες ή επενδυτές. Τα εργαλεία που προέρχονται από τον τομέα διαχείρισης της ποιότητας και εργαλεία ειδικά σχεδιασμένα ή προσαρμοσμένα στον τομέα των κοινωνικών επιχειρήσεων έχουν μεγάλη σημασία αφού ελέγχουν ολόκληρη τη διαδικασία και εκτιμούν εάν πληρούνται οι στόχοι και τα πρότυπα απόδοσης και οι στόχοι μιας κοινωνικής οντότητας (Project Management Body of Knowledge, 2013).

Διάφορα εργαλεία και τεχνικές μπορούν να χρησιμοποιηθούν στις παραπάνω φάσεις της διαδικασίας διασφάλισης της ποιότητας, όπως:

Σχεδιασμός-Εκτέλεση-Έλεγχος

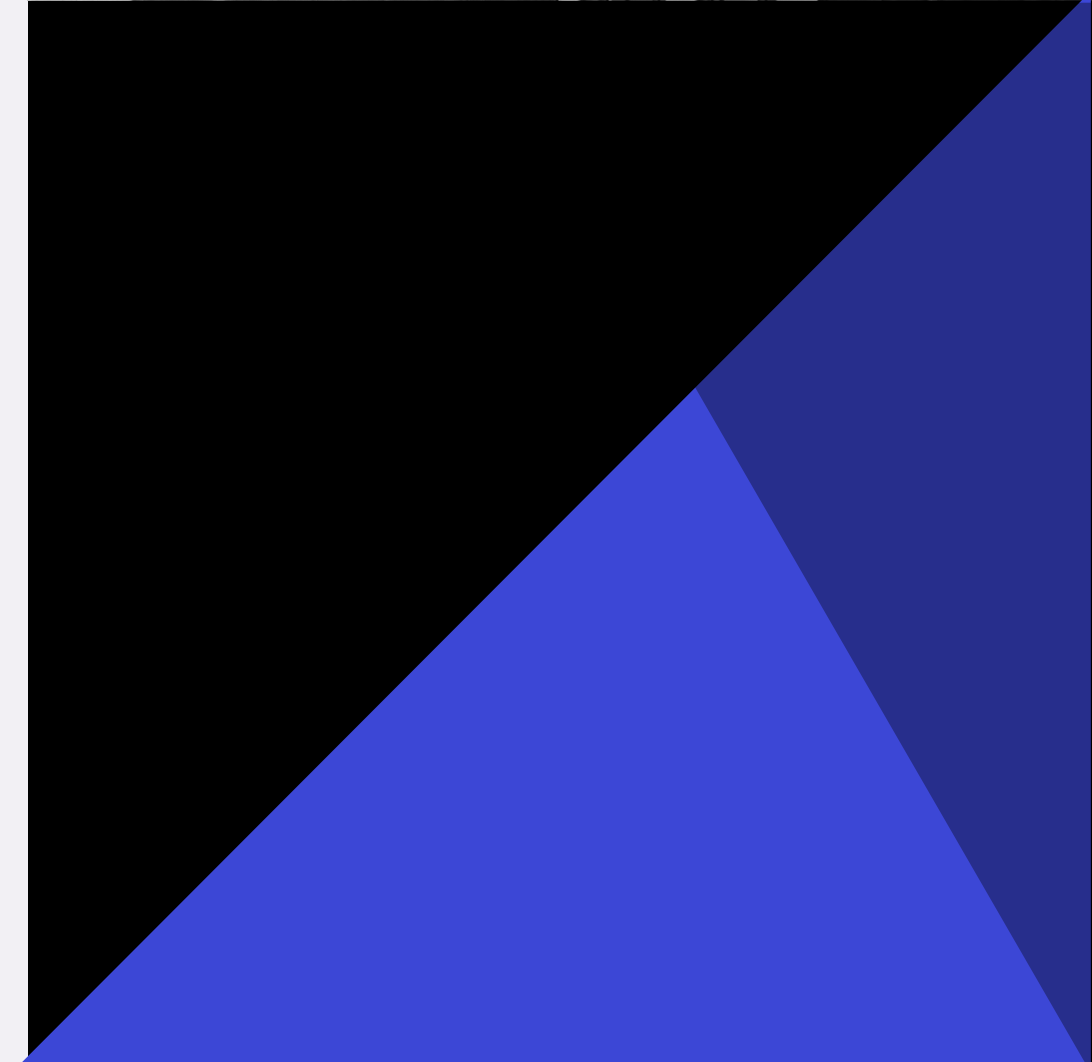
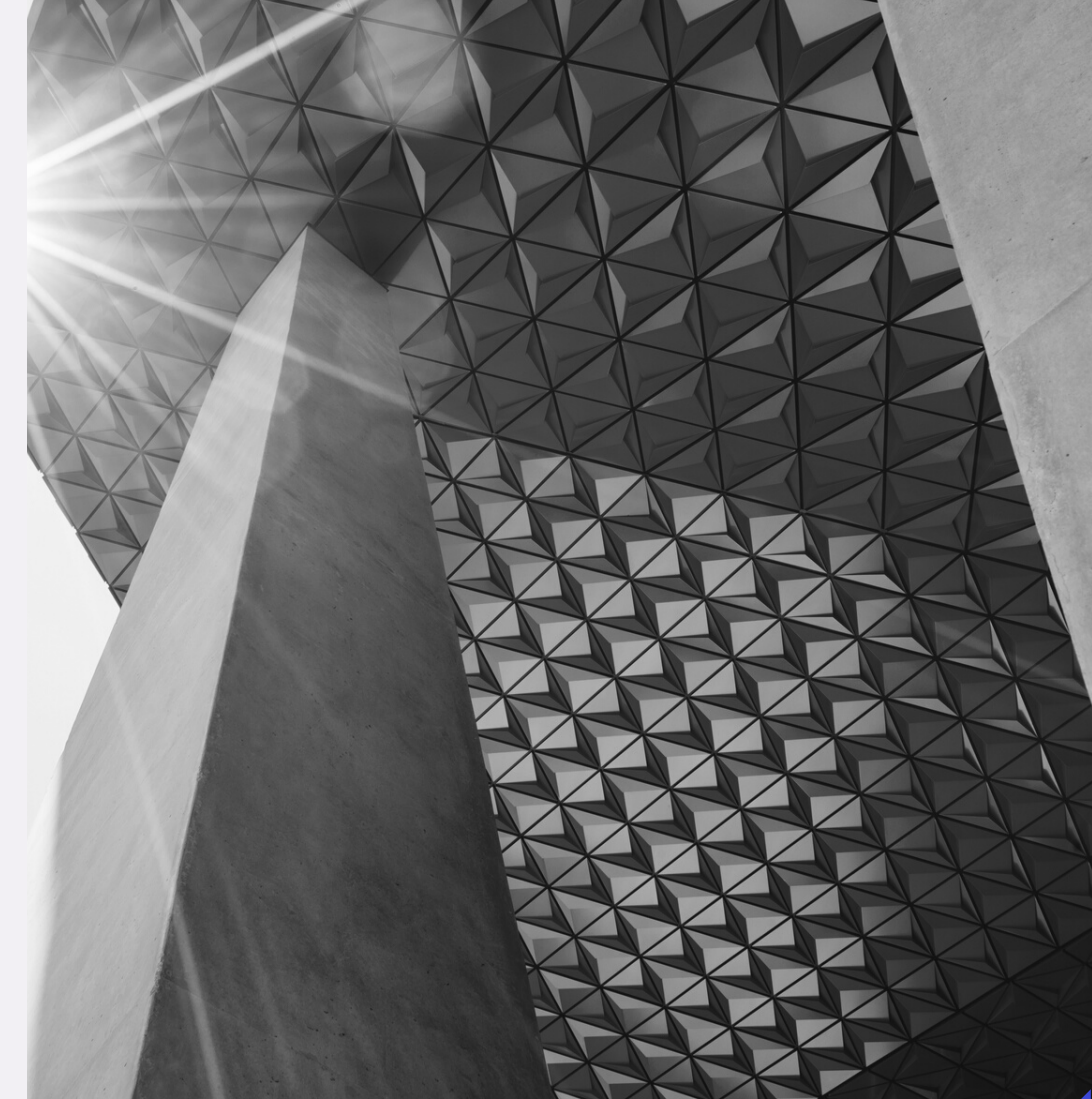
- Ανάλυση κόστους-οφέλους
 - Κόστος ποιότητας
 - Καταιγισμός ιδεών
- Ανάλυση πεδίου δυνάμεων
- Τεχνική ονομαστικής ομάδας
 - Διαγράμματα αιτιών και αποτελεσμάτων
 - Διάγραμμα ροής
 - Έλεγχος φύλλων
 - Διαγράμματα Pareto
 - Ιστογράμματα
- Διαγράμματα διάσπασης
- Σχεδιασμός πειραμάτων
 - Διαγράμματα συγγένειας
 - Διαγράμματα προγράμματος λήψης αποφάσεων
 - Διαγράμματα αλληλεξάρτησης
 - Διαγράμματα δέντρων
 - Πίνακες προτεραιότητας
 - Διαγράμματα δικτύου δραστηριότητας
 - Διαγράμματα μήτρας
 - Διαγράμματα αιτιών και αποτελεσμάτων
 - Διάγραμμα ροής
 - Έλεγχος φύλλων
 - Διαγράμματα Pareto
 - Ιστογράμματα
 - Χάρτες ελέγχου
 - Διαγράμματα διάσπασης
 - Συγκριτική αξιολόγηση
 - Σχεδιασμός πειραμάτων
 - Στατιστική δειγματοληψία



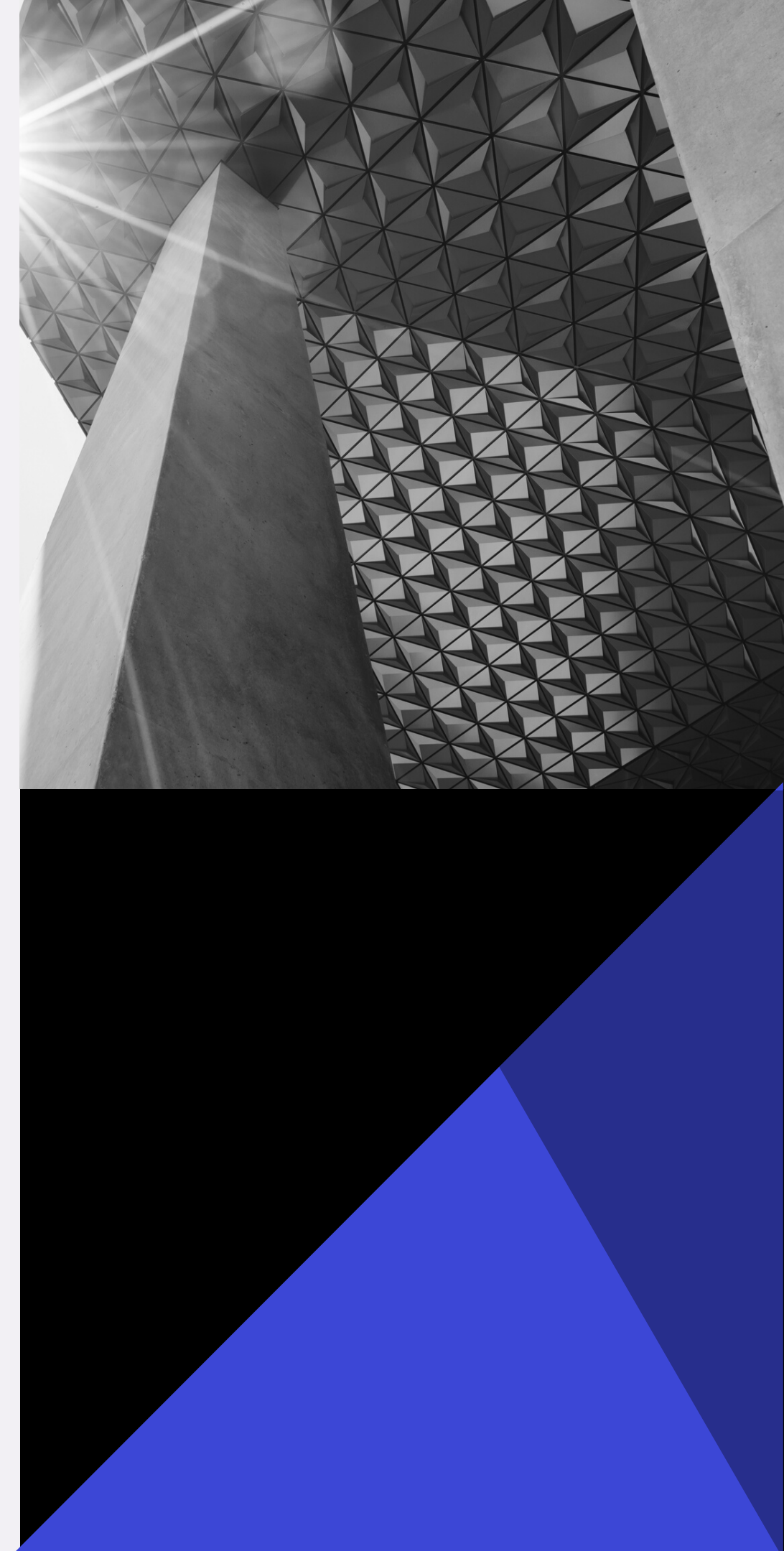
Η τήρηση αρχείων είναι πολύ σημαντική για τους σκοπούς διασφάλισης της ποιότητας που υποστηρίζουν τον εντοπισμό και την απόδειξη της συμμόρφωσης. Ως εκ τούτου, οι οργανισμοί που εφαρμόζουν διαδικασίες διασφάλισης ποιότητας πρέπει να παρέχουν αποτελεσματική και ακριβή τήρηση αρχείων, εύκολα αναγνωρίσιμα και ανακτήσιμα.

1.9. ΕΡΓΑΛΕΙΑ, ΠΟΥ Ο ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΕΙ

Η μέτρηση των επιδόσεων των κοινωνικών επιχειρήσεων βασίζεται στην επίτευξη μιας διπλής ή και τριπλής «κατώτατης γραμμής», η οποία συνδυάζει κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους με την εμπορία στην αγορά (Dart, 2004). Οι οργανισμοί του τρίτου τομέα όπως οι κοινωνικές επιχειρήσεις καλούνται όλο και περισσότερο να διαθέτουν τυπικά πρότυπα και μέτρα για την απόδοσή τους (Millar & Hall, 2012). Πρέπει να επιδείξουν τις κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές τους αξίες για τους ακόλουθους λόγους (Ο Καναδικός Οδηγός Κοινωνικών Επιχειρήσεων, 2010):

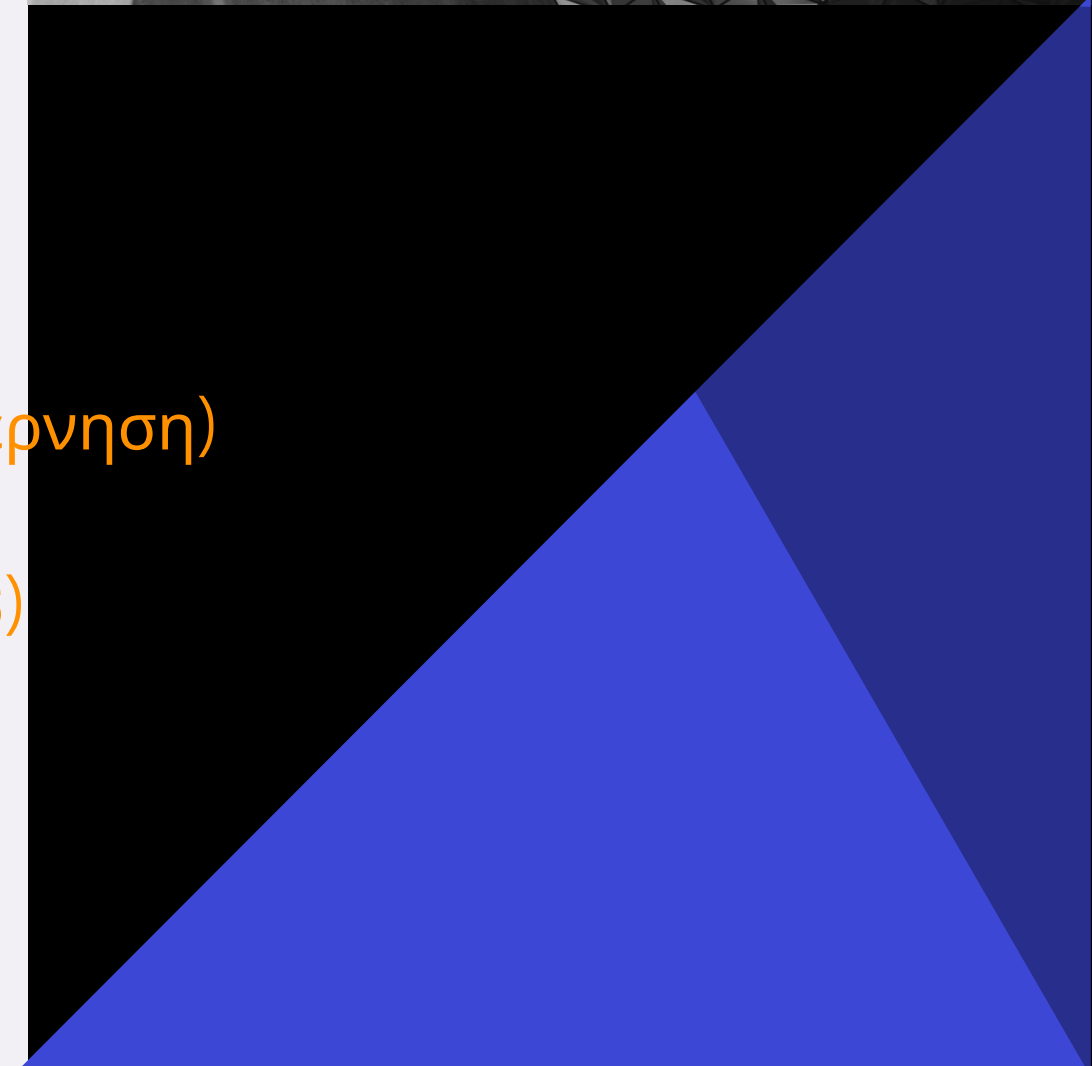
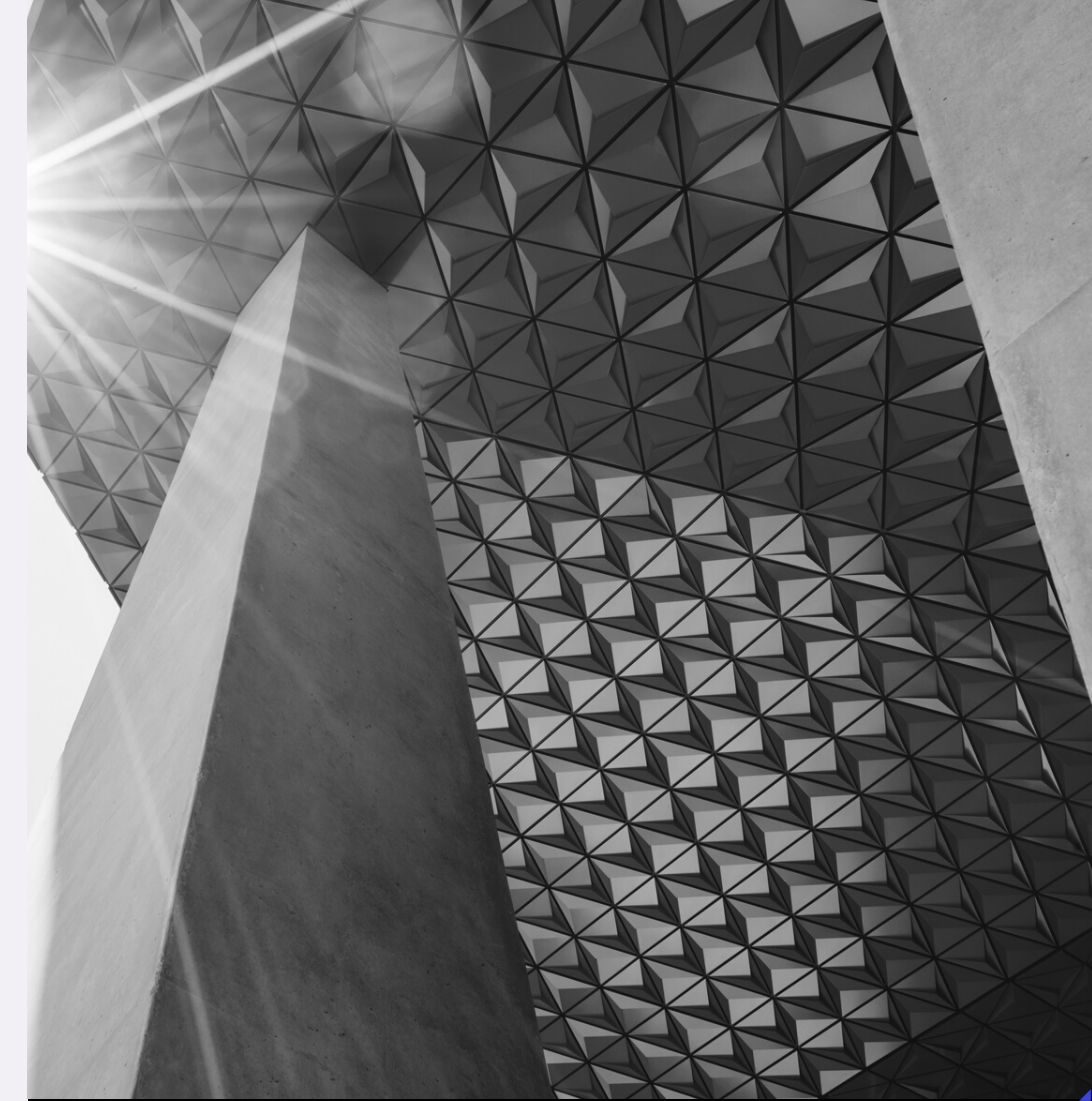


-
- Για να επιβεβαιώσετε ότι βρίσκονται στο σωστό δρόμο
 - Προσαρμογή και βελτίωση του σχεδιασμού τους
 - Να βελτιώσουν τις καθημερινές τους λειτουργίες
 - Να δημιουργήσετε και να αποκτήσετε υποστήριξη από το εξωτερικό περιβάλλον
 - Να συμβάλει στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας
 - Να προετοιμαστείτε για τις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις



Για την εξυπηρέτηση αυτού του σκοπού, έχουν εισαχθεί και αξιοποιηθεί από τις κοινωνικές επιχειρήσεις μια σειρά μεθοδολογιών και εργαλείων μέτρησης της απόδοσης. Τα πιο γνωστά από αυτά είναι τα ακόλουθα **(Florman & Klinger-Vidra, 2016 · So et al, 2015)**:

- Γενικές μεθοδολογίες αξιολόγησης και εργαλεία
- Κοινωνική απόδοση των επενδύσεων (SROI)
- Κοινωνική αξιολόγηση, Κοινωνική και ηθική οικονομική
- Εκτίμηση κοινωνικών επιπτώσεων (SIA)
- G4 Κατευθυντήριες γραμμές (Οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές)
- Ανθρώπινο αντίκτυπο + (HIP) Scorecard (Ανθρώπινο, κοινωνικό, οικονομικό)
- Αρχές για την υπεύθυνη επένδυση (PRI) (Περιβαλλοντική, κοινωνική και εταιρική διακυβέρνηση)
- Σύστημα βαθμολόγησης GIIRS / B (Κοινωνικό και περιβαλλοντικό)
- Πρότυπα υποβολής εκθέσεων σχετικά με τον αντίκτυπο και τα πρότυπα επενδύσεων (IRIS)



-
- Ειδικές μεθοδολογίες αξιολόγησης και εργαλεία
 - Μετρήσεις κοινωνικής αξίας
 - Ηγεσία στην πιστοποίηση της ενεργειακής και περιβαλλοντικής σχεδίασης (LEED) (Περιβάλλον)
 - Balanced Scorecard Οικονομική (πελάτης, επιχειρηματική διαδικασία, μάθηση και ανάπτυξη)
 - Περιβάλλον Trucost
 - Εκτίμηση βιωσιμότητας του επιταχυντή / πυξίδας
 - Η προσέγγιση Dalberg (Κοινωνική και οικονομική)
 - Περιβάλλον οικολογικού αποτυπώματος
 - Εξέλιξη του δείκτη φτώχειας (PPI) - Φτώχεια
 - Ανάπτυξη συστήματος παρακολούθησης αποτελεσμάτων (DOTS)

ΠΩΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΑΝΑΠΤΥΧΘΕΙ ΕΝΑ ΣΥΣΤΗΜΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΜΙΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;

- Προσδιορίστε τι πρέπει να μετρήσετε
- Ανάπτυξη ενός συστήματος παρακολούθησης που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη συλλογή πληροφοριών
- Χρησιμοποιήστε τις συγκεντρωμένες πληροφορίες για τη λήψη αποφάσεων και αποδείξτε την αξία και την απόδοση στους ενδιαφερόμενους

Προκειμένου να αναπτυχθεί ένα σύστημα μέτρησης, πρέπει να εκπληρωθεί ένα σύνολο θεμελιωδών ζητημάτων **(Ο Καναδικός Οδηγός Κοινωνικών Επιχειρήσεων, 2010)** όπως:

1.10. ΑΝΑΦΟΡΑ ΜΕΘΟΔΩΝ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΔΟΣΕΩΝ

Η αναφορά των επιπτώσεων και των επιδόσεων είναι μια κρίσιμη διαδικασία όταν πρόκειται να δείξουμε την αξία μιας κοινωνικής επιχείρησης. Οι επιχειρηματικοί σύμβουλοι θα πρέπει να μπορούν να επιλέγουν και να προτείνουν μεταξύ ποικίλων εργαλείων και μεθόδων την αναφορά των επιδόσεων και των επιπτώσεων που αντιστοιχούν σε διάφορα διαφορετικά πλαίσια όπως ο τύπος της κοινωνικής οντότητας,

Θα πρέπει να δοθεί προσοχή, αφενός, στο πώς θα πρέπει να αναφέρονται και να ανακοινώνονται στα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη τα πορίσματα της αξιολόγησης των επιπτώσεων και των επιδόσεων μιας κοινωνικής οντότητας. Από την άλλη πλευρά, πρέπει να αναφερθούν οι λόγοι που επιβάλλουν τη διαδικασία υποβολής εκθέσεων και επικοινωνίας, όπως η πραγματοποίηση βελτιώσεων, ο έλεγχος της συνέπειας των παραδοτέων προϊόντων ή υπηρεσιών της κοινωνικής οντότητας, οι αποκλίσεις κλπ.

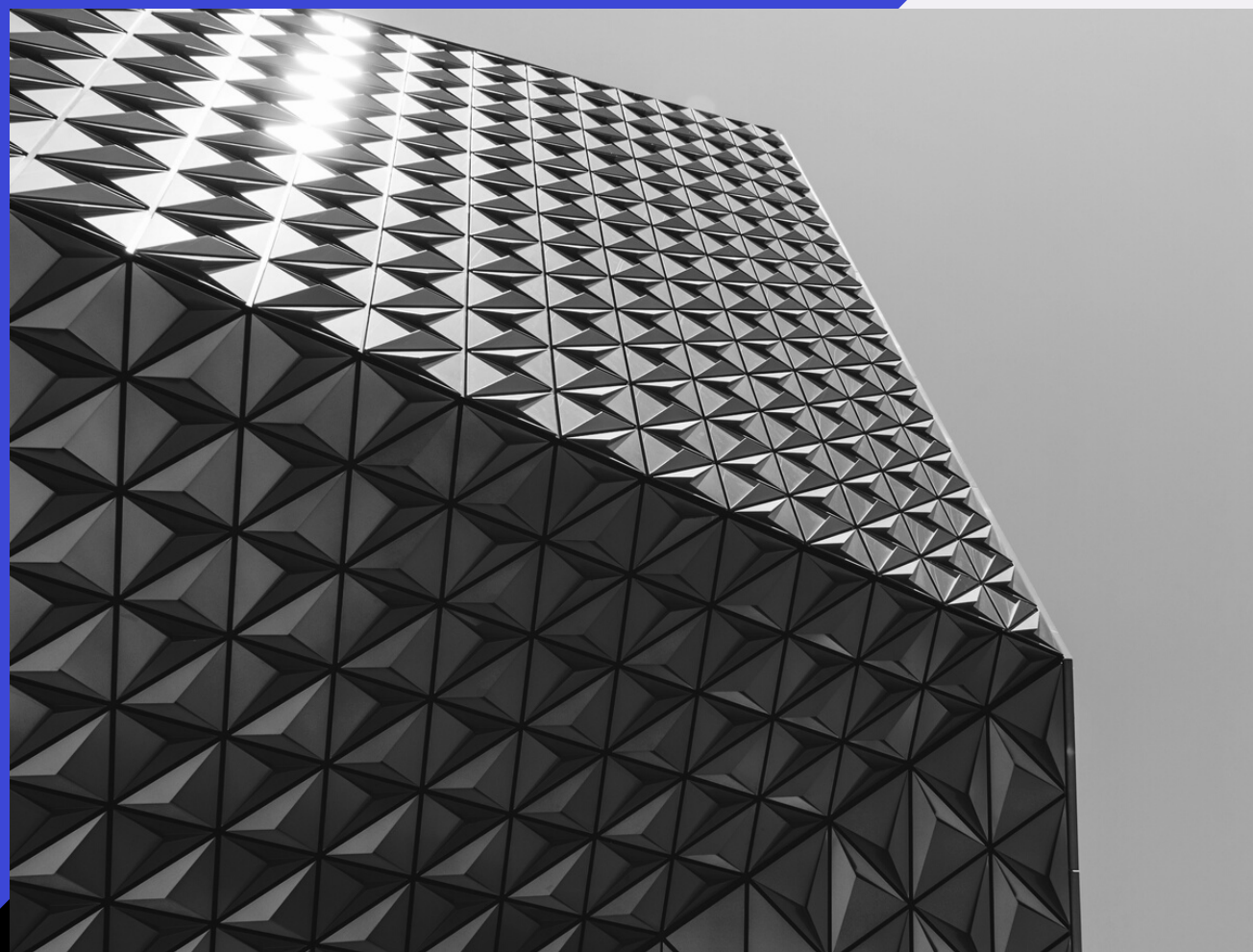
Υπάρχουν διάφορες εκτεταμένες αναφορές που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι επιχειρηματικοί σύμβουλοι για να παρουσιάσουν την απόδοση και τον αντίκτυπο των οργανισμών. Τα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα είναι:

- Περιοδικές εκθέσεις (μηνιαίες, ετήσιες)
 - Εκθέσεις ρουτίνας διαχείρισης
- Εκθέσεις συμμόρφωσης
 - Εκθέσεις επιτροπής ή συμβουλίου
- Αναφορές απόδοσης



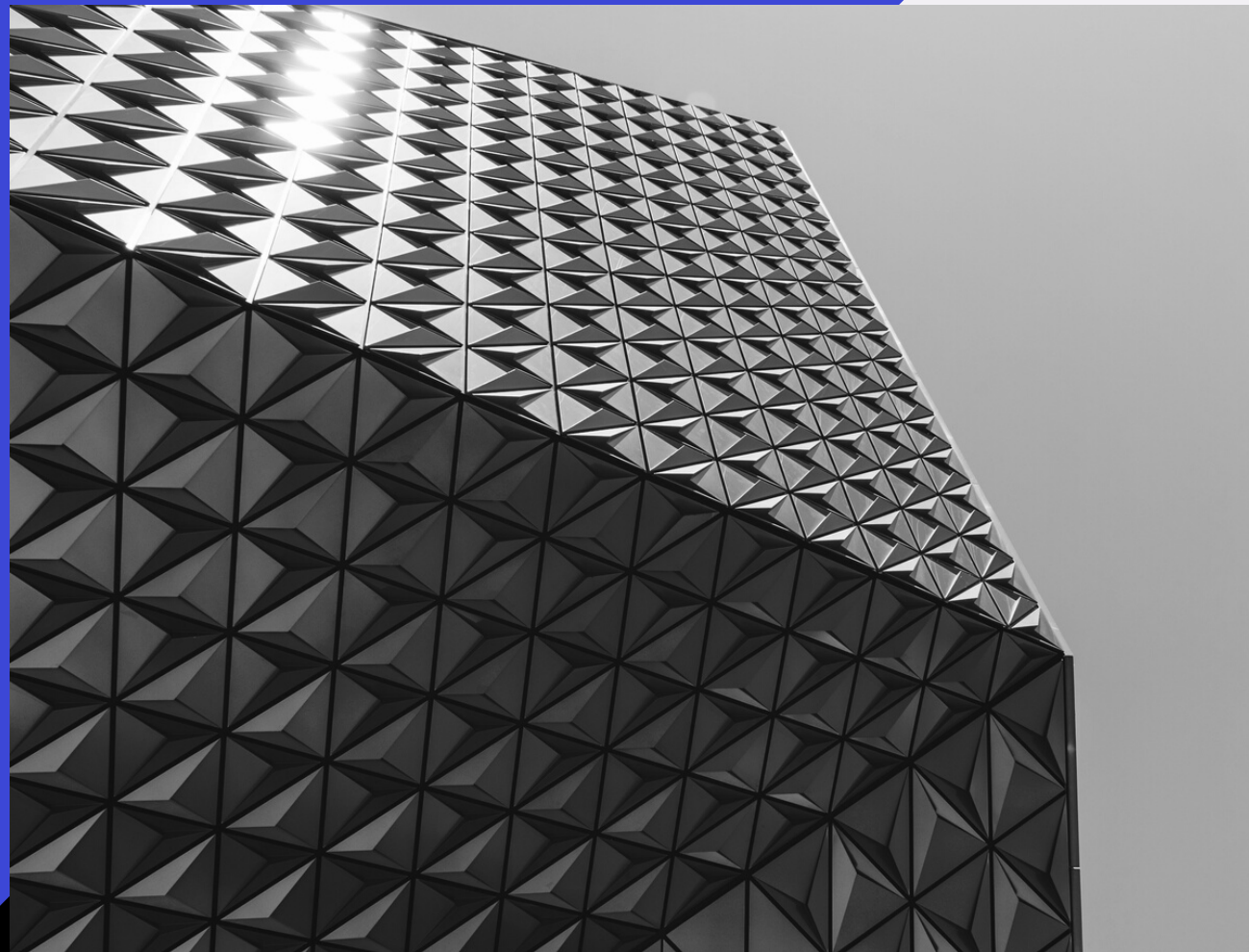
Στην περίπτωση κοινωνικών επιχειρήσεων, απαιτούνται αναφορές κοινωνικών μετρήσεων, αναφορές συγκριτικής αξιολόγησης, εκθέσεις επιπτώσεων και εκθέσεις που ενισχύουν την εσωτερική και εξωτερική επικοινωνία σχετικά με την αξία τους και τα επιτευχθέντα αποτελέσματα (Καναδικός Οδηγός Κοινωνικών Επιχειρήσεων, 2010)

Κατά την αναφορά της απόδοσης ή του αντίκτυπου των κοινωνικών επιχειρήσεων πρέπει επίσης να λαμβάνονται υπόψη οι απαιτήσεις των εποπτικών αρχών (δηλ. Του Υπουργείου Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης, Γραμματεία Κοινωνικής Οικονομίας).



Στην περίπτωση της Ελλάδας ...

Πρέπει να αναφερθεί ότι η υποβολή εκθέσεων σχετικά με τις συνέπειες και τις επιδόσεις των επιχειρηματικών συμβούλων να διαθέτουν βασικές γνώσεις και δεξιότητες. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρηματίες πρέπει να εξοικειωθούν με τη χρήση μεγάλων συνόλων δεδομένων και να τις μετατρέψουν σε καλά δομημένες και κατανοητές πληροφορίες που είναι κατάλληλες για την προετοιμασία αναφορών και αναφορών. Οι βασικές αναλύσεις δεδομένων και πληροφοριών πραγματοποιούνται μέσω εργαλείων επιχειρηματικής ευφυΐας για αυτοεξυπηρέτηση. Αυτά τα εργαλεία επιτρέπουν τη μετατροπή των μη δομημένων δεδομένων σε λεπτομερείς αναφορές και ανασκοπήσεις και την ανάπτυξη λεπτομερών διαδραστικών απεικονίσεων.



Για να επιτευχθεί αυτό, οι επιχειρηματικοί σύμβουλοι θα πρέπει:

- να γνωρίζουν τη βασική στατιστική ανάλυση.
- να είναι σε θέση να εργαστούν με μεγάλες σειρές δεδομένων.
- να γνωρίζουν διαφορετικούς τρόπους συλλογής, μετασχηματισμού, εκκαθάρισης, ανάλυσης και διαμόρφωσης δεδομένων.
- να είναι σε θέση να δημιουργούν προκαθορισμένα φύλλα δεδομένων και κανόνες για την αυτόματη ενημέρωσή τους, τη γεωγραφική τοποθέτηση δεδομένων,
 - Να είναι σε θέση να εργαστούν με ανοιχτά δεδομένα.

ΟΙ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΑΝ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΤΗ ΣΥΝΤΑΞΗ ΑΝΑΦΟΡΩΝ:

1. Επιβεβαιώστε τι θέλει ο πελάτης. Αυτό το αρχικό βήμα είναι πολύ σημαντικό. Πρέπει να δούμε τι περιμένει η κοινωνική επιχείρηση. Είναι σημαντικό να σκεφτείτε συγκεκριμένα το τελικό αποτέλεσμα (συνήθως την τελική έκθεση). Ποια θέματα πρέπει να αντιμετωπιστούν; Ποια κατεύθυνση / καθοδήγηση αναμένεται να παραδώσει; Τι ακριβώς θα περιέχει; Πώς να παρουσιάσετε τα αποτελέσματα;

2. Προσδιορίστε ποιος τύπος αναφοράς απαιτείται. Απαιτούνται διάφοροι τύποι επιχειρηματικών αναφορών. Ορισμένα από αυτά έχουν κοινά χαρακτηριστικά, ενώ άλλα μπορεί να είναι τελείως διαφορετικά. Από την αρχή πρέπει να καθοριστεί ποιος τύπος τελικής έκθεσης πρόκειται να ετοιμαστεί.



3. Διεξαγωγή της αρχικής έρευνας. Το αρχικό βήμα είναι να μάθετε τι είδους αναφορά απαιτείται στη δεδομένη χρονική στιγμή. -Το επόμενο βήμα είναι να προχωρήσουμε στο σχεδιασμό της έρευνας. Η ανάπτυξη των ερωτηματολογίων, καθώς και η συνέντευξη των βασικών ενδιαφερομένων, συνίστανται σε βασικά στοιχεία αυτής της διαδικασίας. Προτείνεται η συλλογή και επαλήθευση πληροφοριών από διάφορες πηγές. Αυτό αυξάνει την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων που αντικατοπτρίζονται στην έκθεση.

4. Γράψτε πρώτα τον Πίνακα Περιεχομένων . Για να αναπτύξετε μια επιτυχημένη επιχειρηματική αναφορά, είναι απαραίτητο να συντάξετε το λεπτομερές περιεχόμενό του πριν γράψετε την πραγματική έκθεση. Αυτό οδηγεί στη συνέπεια στη διαδικασία σύνταξης της έκθεσης.

5. Πραγματοποιήστε οποιαδήποτε συμπληρωματική έρευνα . Αφού εκπονηθεί λεπτομερώς το περιεχόμενο της έκθεσης, ενδέχεται να χρειαστεί περαιτέρω διερεύνηση. Εάν αποφασίσετε ότι απαιτείται περαιτέρω διερεύνηση και συλλογή πρόσθετων πληροφοριών, τότε θα πρέπει να γίνει πριν από τη σύνταξη της έκθεσης. Με αυτόν τον τρόπο, αποφεύγετε να διακόψετε τη διαδικασία γραφής για να συγκεντρώσετε νέα ή περισσότερα δεδομένα.



6. Δημιουργήστε το κύριο πλαίσιο της αναφοράς.

Θα πρέπει πρώτα να δημιουργήσετε μια αναφορά σκελετού. Αυτό σημαίνει ότι προτού γράψετε οποιοδήποτε από τα κείμενα, εισαγάγετε όλο το περιεχόμενο που έχετε ήδη αναπτύξει στον τίτλο MS Word ανά τίτλο, συμπεριλαμβανομένων των υποτομών επίσης. Σε αυτό το στάδιο, το έγγραφο είναι ουσιαστικά μια συνεχής σειρά τίτλων και υπότιτλων με κενό διάστημα μεταξύ τους. Στη συνέχεια, το MS-Word δημιουργεί αυτόματα έναν Πίνακα περιεχομένου. Είστε έτοιμοι να συμπληρώσετε τα κενά κενά των σχετικών κειμένων και υποδιαϊρέσεων στο σώμα του εγγράφου κειμένου.

7. Γράψτε την αναφορά συμπληρώνοντας τα κενά .

Μόλις το πλαίσιο αναφοράς είναι στη θέση του, όπως περιγράφεται στο προηγούμενο βήμα, η γραφή της πραγματικής αναφοράς είναι σχεδόν όπως η πλήρωση των προμορφωμάτων. Ακριβώς ξεκινήστε και τρέξτε διαδοχικά μέσα από τίτλους και υποτίτλους ένα προς ένα μέχρι να φτάσετε στο τέλος. Όλη η προετοιμασία πρέπει να είναι μια σχετικά σαφής διαδικασία.

8. Δημιουργία γραφημάτων και παρουσίαση .

Στην αναφορά, μπορείτε να συμπεριλάβετε πολλούς διαφορετικούς τύπους γραφημάτων για δεδομένα και γραφικά. Αυτά περιλαμβάνουν κεντρικά γραφήματα, γραφήματα γραμμής, διαγράμματα πυρήνα, γραφήματα διάσπασης, διαγράμματα αποθέματος, διαγράμματα επιφανειών, διαγράμματα ντόνατς, διαγράμματα φουσαλίδων και διαγράμματα ραντάρ.



*ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΤΕ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΤΟ
POWERPOINT Ή ΣΤΟ EXCEL. ΕΑΝ ΕΧΕΤΕ ΠΟΛΛΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ
ΧΑΡΤΗ, ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΤΟ ΓΡΑΦΗΜΑ ΣΑΣ ΣΤΗ ΦΟΡΜΑ EXCEL
ΚΑΙ, ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ, ΑΝΤΙΓΡΑΨΤΕ ΤΟ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΑΣ.
ΑΥΤΟΣ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΣΗΣ Ο ΚΑΛΥΤΕΡΟΣ ΤΡΟΠΟΣ, ΕΑΝ ΤΑ
ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΣΑΣ ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΤΑΚΤΙΚΑ ΚΑΙ ΘΕΛΕΤΕ ΤΟ ΓΡΑΦΗΜΑ
ΣΑΣ ΝΑ ΑΝΤΙΚΑΤΟΠΤΡΙΖΕΙ ΠΑΝΤΑ ΤΙΣ ΤΕΛΕΥΤΑΙΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ. ΣΕ
ΑΥΤΗΝ ΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ, ΌΤΑΝ ΑΝΤΙΓΡΑΦΕΤΕ ΤΟ ΓΡΑΦΗΜΑ,
ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΤΕ ΤΟ ΣΤΟ ΑΡΧΙΚΟ ΑΡΧΕΙΟ EXCEL.*

Η δημιουργία αποτελεσματικών παρουσιάσεων είναι μια σημαντική ικανότητα που πρέπει να αναπτύξουν και οι σύμβουλοι επιχειρήσεων. Το Power Point έχει γίνει ένα από τα πιο δημοφιλή εργαλεία για τη δημιουργία αποτελεσματικών παρουσιάσεων **(Harrington, 2010)**.

1. ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΕΝΑ ΠΡΟΤΥΠΟ ΠΟΥ ΔΕΝ ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ ΑΠΟΣΠΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ.

Ο στόχος είναι να επιτευχθεί απλότητα και ευκρίνεια. Αποφύγετε τη διάσπαση στοιχείων που μπορούν να λάβουν υπόψη σημαντικά θέματα.

2. ΒΕΒΑΙΩΘΕΙΤΕ ΌΤΙ ΤΟ ΠΡΟΤΥΠΌ ΣΑΣ ΕΝΘΑΡΡΥΝΕΙ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΑΛΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ. ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥΣ ΧΡΩΜΑΤΩΝ ΠΟΥ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΟΥΝ ΤΟ ΚΟΙΝΟ ΣΑΣ ΝΑ ΔΙΑΒΑΣΕΙ ΚΑΙ ΝΑ ΑΡΠΑΞΕΙ ΤΙΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΕΣ ΣΑΣ. ΑΝ ΤΟ ΚΟΙΝΟ ΣΑΣ ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΔΙΑΒΑΣΕΙ ΚΑΙ ΝΑ ΑΝΤΙΛΗΦΘΕΙ ΤΙΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΕΣ ΣΑΣ, ΤΟΤΕ ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ ΣΑΣ ΠΑΡΑΒΙΑΖΕΤΑΙ.

3. ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΑ. ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΙΑ ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΑ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΕΥΚΟΛΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΣΗ. ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΤΥΠΙΚΕΣ ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΤΕ ΤΙΣ ΣΕ ΔΥΟ.

4. ΣΥΜΠΕΡΙΛΑΒΕΤΕ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ, ΕΙΚΟΝΕΣ Ή ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΥΨΗΛΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΠΟΥ ΒΕΛΤΙΩΝΟΥΝ ΤΟ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟ ΣΑΣ ΜΗΝΥΜΑ. ΟΙ ΕΡΕΥΝΕΣ ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΟΤΙ Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΒΕΛΤΙΩΝΕΤΑΙ ΎΤΑΝ ΕΝΑ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟ ΜΗΝΥΜΑ ΣΥΝΔΥΑΖΕΤΑΙ ΜΕ ΜΙΑ ΙΣΧΥΡΗ ΕΙΚΟΝΑ ΟΘΟΝΗΣ.

5. ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΤΕ ΦΡΑΣΕΙΣ Ή ΣΥΝΤΕΤΜΗΜΕΝΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΝΤΙ ΓΙΑ ΠΛΗΡΕΙΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ. ΙΣΩΣ, ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΣΥΝΤΟΜΑ ΑΜΕΣΑ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΑ, ΝΑ ΕΧΟΥΝ ΟΛΟΚΛΗΡΕΣ ΠΟΙΝΕΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΣΑΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ.

6. ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΤΕ ΤΙΣ ΚΟΥΚΚΙΔΕΣ ΜΕ ΦΕΙΔΩ. ΟΙ ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΕΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΣΥΧΝΑ ΕΚΕΙΝΕΣ ΜΕ ΤΟ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΚΕΙΜΕΝΟ.

7. ΕΞΑΛΕΙΨΤΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΙΤΛΩΝ Ή ΕΚΤΟΣ ΕΑΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΟΥΝ ΜΕ ΤΟ ΚΥΡΙΟ ΜΗΝΥΜΑ. ΟΙ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΕΣ ΔΕΝ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΓΙΑ ΝΑ ΕΙΣΑΓΑΓΟΥΝ Ή ΝΑ ΑΝΑΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ, ΑΝ ΚΑΙ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΧΡΕΣΣΙΜΟ ΝΑ ΕΦΙΣΤΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΤΟ ΚΥΡΙΟ ΕΥΡΗΜΑ ΣΕ ΕΝΑ ΓΡΑΦΗΜΑ.

8. ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΤΕ ΤΟ ΚΙΝΟΥΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ, ΤΙΣ ΜΕΤΑΒΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΔΙΑΦΑΝΕΙΩΝ, ΤΟΝ ΗΧΟ ΚΑΙ ΤΟ ΒΙΝΤΕΟ. ΚΑΙ ΑΝ ΤΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ, ΤΟ ΚΑΝΕΤΕ ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΝΑ ΕΝΙΣΧΥΣΕΤΕ ΜΙΑ ΕΝΝΟΙΑ ΚΛΕΙΔΙΟΥ.

9. ΕΠΙΣΗΜΑΝΕΤΕ ΤΙΣ ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΕ ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΙ ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ. ΑΝ ΧΡΕΙΑΣΤΕΙ, ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΤΕ ΤΟ BUILD ΓΙΑ ΝΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΤΕ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΠΟΛΛΟΙ ΠΟΡΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΩΝ ΠΙΝΑΚΩΝ ΚΑΙ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.

10. ΝΑ ΕΙΣΤΕ ΠΑΘΙΑΣΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΟ ΘΕΜΑ ΣΑΣ. ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ ΑΠΟ ΤΟ ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΈΧΟΥΝ ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΙ ΟΙ ΔΙΑΦΑΝΕΙΕΣ ΣΑΣ, Η ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΗΣ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΣΑΣ ΕΞΑΡΤΑΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΠΟΣΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΕΙΝΑΙ Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΑΣ.

Οι οργανισμοί, όταν γνωστοποιούν τα επιτεύγματά τους, πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις βασικές αρχές της επιχειρηματικής επικοινωνίας:

- **ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΑΧΥΤΗΤΑ:** ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΤΕ ΤΟ ΣΥΝΤΟΜΟΤΕΡΟ ΔΥΝΑΤΟ
- **ΑΛΗΘΕΙΑ ΚΑΙ ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑ:** ΟΛΕΣ ΟΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΥΠΟΒΑΛΛΟΝΤΑΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΕΓΚΥΡΕΣ, ΤΕΚΜΗΡΙΩΜΕΝΕΣ ΚΑΙ ΒΑΣΙΣΜΕΝΕΣ ΣΕ ΓΕΓΟΝΟΤΑ.
- **ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΚΑΙ ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑ:** ΘΕΩΡΕΙΤΑΙ ΣΥΝΕΧΗΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑΣ.
- **Η ΣΥΝΟΠΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ Η ΣΑΦΗΝΕΙΑ** ΚΑΤΑΔΕΙΚΝΥΟΥΝ ΟΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΠΙΣΗΜΑΙΝΕΤΑΙ ΞΕΚΑΘΑΡΑ ΚΑΙ ΜΕ ΣΑΦΗΝΕΙΑ, ΜΕ ΑΚΡΙΒΕΙΑ ΚΑΙ ΧΩΡΙΣ ΑΜΦΙΒΟΛΙΑ ΣΕ ΕΠΙΣΤΟΛΗ / ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ, ΤΙ ΘΕΛΕΙ, ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ Ο ΚΑΘΕΝΑΣ Κ.ΛΠ.

Οι οργανισμοί μπορούν να χρησιμοποιήσουν εσωτερική και εξωτερική επικοινωνία όχι μόνο για να κοινοποιήσουν τα επιτεύγματα των συμβουλευτικών εργασιών τους, αλλά και να προτρέψουν άλλους ανθρώπους να ακολουθήσουν τις ίδιες αρχές όταν επικοινωνούν τα επιτεύγματά τους στους πελάτες τους αντίστοιχα.

Η **εσωτερική επικοινωνία** είναι η ανταλλαγή πληροφοριών εντός του οργανισμού και μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω διαφόρων καναλιών: προσωπική επαφή, τηλέφωνο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ενδοδίκτυο (δικτυακός τόπος που είναι προσβάσιμος μόνο από υπαλλήλους), συναντήσεις προσωπικού και ηλεκτρονικά εργαλεία ανταλλαγής πληροφοριών (Google Drive).

Στην **εξωτερική επικοινωνία** η ανταλλαγή πληροφοριών γίνεται τόσο εντός όσο και εκτός της οργάνωσης. Κάθε οργανισμός επικοινωνεί καθημερινά με τον έξω κόσμο. Η εξωτερική επικοινωνία μπορεί να είναι επίσημη και ανεπίσημη. Ανεξάρτητα από το πώς είναι εγκατεστημένο - μέσω επιστολής, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, διαδικτύου, τηλεφώνου ή με άλλο τρόπο - η αποτελεσματική εξωτερική επικοινωνία είναι το πρώτο βήμα για τη δημιουργία της κατάλληλης εικόνας. Με προσεκτικά δημιουργούμενα γράμματα, αναφορές, παρουσιάσεις ή ιστοσελίδες, στέλνουμε στον έξω κόσμο ένα σημαντικό μήνυμα σχετικά με την εργασία και την ποιότητα του επιχειρηματικού συμβούλου.

Για να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό, οι οργανισμοί μπορούν να χρησιμοποιήσουν αποτελεσματικά την επικοινωνία μέσω παραδοσιακών μέσων (ραδιόφωνο, τηλεόραση, εφημερίδες κλπ.) Καθώς και νέους τρόπους επικοινωνίας (κείμενα, Internet, blogs, κοινωνικά δίκτυα).



Το πρόγραμμα συνεργασίας INTERREG V-A "Ελλάδα-Βουλγαρία 2014-2020" συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και τα εθνικά κονδύλια των χωρών που συμμετέχουν σε αυτό. Αυτή η ιστοσελίδα δημιουργήθηκε με την οικονομική βοήθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το περιεχόμενο της ιστοσελίδας αποτελεί αποκλειστική ευθύνη του LP και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να ληφθεί υπόψη για τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των συμμετεχουσών χωρών της Διαχειριστικής Αρχής και της Κοινής Γραμματείας