

ΣΟΝ ΝΤΟΥΠΕΡΟΝ

Η διαχείριση της κρίσης μέσω του μάρκετινγκ

«Κουτσομπολιό»

Τι συμβαίνει, όμως, όταν τα στερεότυπα των Μέσων δεν αφορούν ανθρώπους, αλλά χώρες; Στην αποκορύφωση της κρίσης χρέους στην Ευρωζώνη, τα περισσότερα ξένα Μέσα και ο διεθνής Τύπος κατασκεύασαν ένα στερεότυπο για την Ελλάδα, το οποίο έχει δυσμενή αντίκτυπο στην εικόνα της ως επενδυτικού και τουριστικού προορισμού. «Όταν αντιληφθείς το πώς λειτουργούν τα μίντια συνολικά, τα προσεγγίζεις με περισσότερο θάρρος», απαντά η Αμερικανίδα δημοσιογράφος Σον Ντουπερόν. «Στόχος θα ήταν να εκπαιδευθούν οι Έλληνες της διασποράς ώστε να μιλήσουν δημοσίως για την πατρίδα τους και τον πολιτισμό τους. Δεν υπάρχει καλύτερο τρόπο διάδοσης μιας ιδέας και μιας αντίληψης από το καλό κουτσομπολιό και τα Μέσα παρέχουν τη μεγαλύτερη παγκόσμια πλατφόρμα γι' αυτό». Είναι αλήθεια, βέβαια, ότι η λέξη «κουτσομπολιό» έχει φορτισθεί αρνητικά. «Ετοιμάζω το διδακτορικό μου πάνω στο θέμα αυτό», λέει, χαριτωμένα ζωντάς η κ. Ντουπερόν. «Συνολικά το 90% από τις καθημερινές μας κουβέντες είναι κουτσομπολιό, αλλά μόνο το 5%-7% είναι κακοπροαίρετο, σύμφωνα με έρευνες. Η επικοινωνία «από στόμα σε στόμα», επιπλέον, είναι πανίσχυρο εργαλείο μάρκετινγκ για ένα προϊόν, μια εκδήλωση, μια υπηρεσία. Στον χώρο μιας εταιρείας η διαδικασία αυτή κάνει ένα στέλεχος πιο αναγνωρίσιμο, δυναμώνοντας την επιρροή του. Επίσης, ως λειτουργία συνολικά αφηρημένη την εταιρική διοίκηση, ωθώντας την να κάνει αλλαγές. Η διοίκηση πρέπει να ανησυχάει, όταν δεν υπάρχει κουτσομπολιό ή όταν το κουτσομπολιό βασίζεται στον φόβο. Αυτό σημαίνει ότι οι επικεφαλής της εταιρείας πρέπει να επικοινωνούν συχνότερα με τους εργαζόμενους τους». Πάντως, αρχικά η αγγλική λέξη για το κουτσομπολιό (gossip) σημαίνει «κοντά στον Θεό». Ήταν η χαρά της είδησης για τον ερχομό ενός νεογέννητου, που μοιράζονταν οι γυναίκες μεταξύ τους στα τέλη της 1η χιλιετίας μ.Χ.

Η δημοσιογράφος, επιχειρηματίας και σύμβουλος επιχειρήσεων τους μαθαίνει πώς να ξεκλειδώσουν τη δύναμη των ηλεκτρονικών Μέσων και των κοινωνικών δικτύων

Της **ΚΑΤΕΡΙΝΑΣ ΚΑΠΕΡΝΑΡΑΚΟΥ**

Αν οι επιχειρήσεις αναζητούν δυναμικά εργαλεία μάρκετινγκ για την ανάπτυξη τους, η τεχνολογία τους τείνει κείρα βοήθειας. «Τα κοινωνικά δίκτυα είναι προσβάσιμα, έχουν παγκόσμιο βελγνεκές, μεταβάλλονται σταθερά και προσαρμόζονται στις αδιάλειπτες αλλαγές του επιχειρηματικού τοπίου», επισημαίνει στην «Κ» η διακεκριμένη Αμερικανίδα δημοσιογράφος, επιχειρηματίας και σύμβουλος επιχειρήσεων, Σον Ντουπερόν. «Οσες εταιρείες ενδιαφέρονται για το περιεχόμενο που αναρτούν στα κοινωνικά δίκτυα, έχουν καλές ιδέες για να το εμπλουτίσουν και ασχολούνται με την εξπηρέτηση των πελατών τους, δημιουργούν αμοιβαία επωφελείς σχέσεις και διασυνδέσεις και, ως συνεπαγωγή, επικερδείς δραστηριότητες. Η χειρότερη στρατηγική μάρκετινγκ στα κοινωνικά δίκτυα είναι το να θέλεις αποκλειστικά και μόνον να πουλάς, χωρίς να διαμορφώνεις αλληλοδέσμευση. Πάντως, σε επίπεδο δεξιοτήτων οι γυναίκες είναι εκείνες, οι οποίες πρωτοπορούν στην κοινωνική δικτύωση».

Με μεγάλη θητεία στο ρεπορτάζ, τις συνεντεύξεις και την επικοινωνία στα αμερικανικά ΜΜΕ και τον Τύπο, έχει λάβει έξι βραβεία Γκράμι για τη δουλειά της (ντοκιμαντέρ και

κοινωνικά μηνύματα για τα πολιτικά δικαιώματα, τον καρκίνο και το έιτζ στις ΗΠΑ). Η Σον Ντουπερόν διοχετεύει τη γνώση και την εμπειρία της στους ανθρώπους των επιχειρήσεων, των πανεπιστημίων, των κρατικών υπηρεσιών, που θέλουν να ξεκλειδώσουν τη δύναμη των ηλεκτρονικών Μέσων και των κοινωνικών δικτύων, ξεπερνώντας τα μιντιακά στερεότυπα, να διαχειριστούν μέσω της επικοινωνίας τον παράγοντα του κινδύνου στην άσκηση διοίκησης, και να διαπιστώσουν τον ρόλο του κουτσομπολιού, όταν μεταμορφώνεται σε εργαλείο μάρκετινγκ. Βρέθηκε στην Αθήνα για να συμμετάσχει στη σημερινή σπονδυλωτή εκδήλωση προσωπικής ανάπτυξης Better Life Day@Athens. Ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός www.BetterLifeDay.com αρχίζει τη δράση του από την Αθήνα με την εν λόγω εκδήλωση και συνεχίζει στο Μεξικό και τον Καναδά εφέτος, με στόχο και άλλες αντίστοιχες ημερίδες σε διάφορες πόλεις του κόσμου.

Ρίσκο

Ένα από τα ζητήματα που της θέσασε, είχε να κάνει με το πώς διαμορφώθηκε η αντίληψη του ρίσκου σε συνθήκες παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης. «Υπάρχει διαφορά μεταξύ ενός κακού και ενός λελογισμένου

κινδύνου. Ωστόσο, για να ανακαλύψεις τη σωστή δόση, πρέπει να ρισκάρεις», τονίζει η Σον Ντουπερόν. «Εάν επιτρέψεις στον εαυτό σου να κάνει λάθος, θα μπορέσεις να επινοήσεις τη λύση και να προχωρήσεις στην επιτυχία. Αντ' αυτού, οι περισσότεροι άνθρωποι απλώς προχωρούν στο επόμενο ρίσκο». Ένα στοιχείο, το οποίο συνδέεται άμεσα με την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου, βέβαια, είναι ο ανθρώπινος φόβος. «Εάν μπορείς να διαχειριστείς τον φόβο σου, μπορείς να "κυβερνήσεις" και τη ζωή σου. Εχοντας κατακτήσει κάτι τέτοιο, ως ηγέτης δείχνεις στους άλλους πώς να αμβλύνουν τον δικό τους φόβο και τους καθοδηγείς στην ανάληψη κινδύνου», υπογραμμίζει η επιχειρηματίας, η οποία διατηρεί την εταιρεία συμβούλων Shawne TV. Στα σημερινά δεδομένα ρευστότητας, παγκόσμιων ανισοτήτων και υψηλής ανεργίας, η εκπαίδευση επαγγελματιών, πρώην εργαζομένων και νυν ανέργων και επιχειρήσεων φαντάζει δύσκολο έργο. Στη διαδικασία αυτή η Σον Ντουπερόν εντάσσει και το στοιχείο της «συγκώρησης», αν και όχι με τη χριστιανική έννοια. «Με τα χρόνια διαπίστωσα πως οι επιτυχημένοι άνθρωποι είναι εκείνοι, οι οποίοι συνειδητοποιούν τα λάθη τους, πένθησαν τις απώλειές τους και πήγαν παρακάτω», διευκρινίζει. Βέβαια, «συγκώρηση» δεν σημαίνει ότι αποδέχεσαι τις πράξεις που σου προκάλεσαν την απώλεια, αλλά το συμβάν».

Όντας κατεξοχήν άνθρωπος των ηλεκτρονικών Μέσων με συνομιλητές διακεκριμένες προσωπικότητες της πολιτικής και της τέχνης, αλλά και αντικαθιστώντας τον πρόεδρο της Ford, Μπιλ Φορντ, όταν κλήθηκε να μιλήσει στο υπουργείο Αμυνας των ΗΠΑ, η Σον Ντουπερόν γνωρίζει πώς κατασκευάζονται τα στερεότυπα. «Στην εκπαιδευτική διαδικασία, λόγου χάριν, έχω συνήθως απέναντί μου λευκούς άνδρες με ισχυρή παρουσία στις εταιρείες τους, που επιδιώκουν να μάθουν πώς να την εκπροσωπούν και να διαχειρίζονται τα ΜΜΕ. Άνθρωποι διαφορετικής πολιτιστικής και φυλετικής προέλευσης συνολικά, αλλά και γυναίκες ειδικά, δεν επιδιώκουν τέτοιους ρόλους. Θέλω να τους ενθαρρύνω, ώστε να λάβουν την αναγκαία εκπαίδευση και να φοβούνται λιγότερο την έκθεσή τους», επεξηγεί η κ. Ντουπερόν.



Όντας κατεξοχήν άνθρωπος των ηλεκτρονικών Μέσων με συνομιλητές διακεκριμένες προσωπικότητες της πολιτικής και της τέχνης, αλλά και αντικαθιστώντας τον πρόεδρο της Ford, Μπιλ Φορντ (φωτογραφία), όταν κλήθηκε να μιλήσει στο υπουργείο Αμυνας των ΗΠΑ, η Σον Ντουπερόν γνωρίζει πώς κατασκευάζονται τα στερεότυπα.



Η Σον Ντουπερόν βρέθηκε στην Αθήνα για να συμμετάσχει στη σημερινή σπονδυλωτή εκδήλωση προσωπικής ανάπτυξης Better Life Day@Athens. Ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός www.BetterLifeDay.com αρχίζει τη δράση του από την Αθήνα με την εν λόγω εκδήλωση και συνεχίζει στο Μεξικό και τον Καναδά εφέτος, με στόχο και άλλες αντίστοιχες ημερίδες σε διάφορες πόλεις του κόσμου.

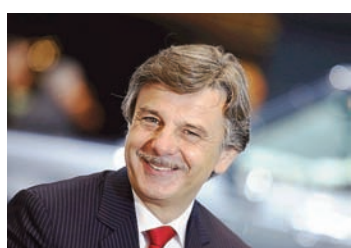
ΟΙ ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

ΡΑΛΦ ΣΠΕΘ

Κέρδη-ρεκόρ για την Jaguar Land Rover

Κέρδη ρεκόρ εμφάνισε σε ετήσια βάση η Jaguar Land Rover, ανεξαρτήτως του γεγονότος ότι η ινδική μητρική της εταιρεία Tata Motors είχε δραστική πτώση στα δικά της κέρδη συνολικά.

Όπως δήλωσε ο διευθύνων σύμβουλος της Jaguar Land Rover, δρ Ραλφ Σπεθ, τα ευνοϊκά αποτελέσματα το διάστημα του δωδεκάμηνου Απριλίου 2012 - Μαρτίου 2013 φανερώνουν τη ζωηρή ζήτηση για τα υπερπολυτελή οχήματα της εταιρείας. «Έχουμε προβεί σε σοβαρές επενδύσεις αναφορικά με τη διαδικασία δημιουργίας των προϊόντων μας στις προηγμένες εγκαταστάσεις μας, δημιουργώντας περισσότερες από 3.000 θέσεις εργασίας», υπογράμμισε ο δρ Σπεθ. Τα προ φόρων κέρδη της Jaguar Land Rover αυξήθηκαν 11% σε ετήσια βάση, στα 1,67 δισ. στερλίνες. Κατά τη διάρκεια του οικονομικού έτους 2012-



Ο διευθύνων σύμβουλος της Jaguar Land Rover, δρ Ραλφ Σπεθ.

2013, η αυτοκινητοβιομηχανία προώθησε στην αγορά το εντελώς νέο μοντέλο Range-Rover, καθώς και τα καινούργια μοντέλα Jaguar XF και XF Sportbrake. Στη μητρική εταιρεία Tata Motors, μέλος του πολυεθνικού κολοσσού Tata, το τρίμηνο Ιανουαρίου -Μαρτίου 2013 τα καθαρά κέρδη ελαττώθηκαν κατά 22,89 δισ. ρουπίες (262 εκατ. στερλίνες) στα 39,45 δισ. ρουπίες (466 εκατ. στερλίνες).

REUTERS, BLOOMBERG

ΡΟΜΠΕΡΤ ΓΚΡΕΪΦΕΛΝΤ

Εξωδικαστικός διακανονισμός 10 εκατ. δολ.

Το υψηλότερο πρόστιμο που επιβλήθηκε ποτέ σε χρηματιστήριο θα κληθεί να καταβάλει ο Ρόμπερτ Γκρέιφελντ, επικεφαλής της ηλεκτρονικής αγοράς Nasdaq. Με το ποσό των 10 εκατ. δολαρίων θα έλθει σε εξωδικαστικό διακανονισμό με την Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς των ΗΠΑ (SEC), ώστε να διευθετήσει τις κατηγορίες εις βάρος της Nasdaq λόγω των λαθών κατά την πρώτη ημέρα διάθεσης μετοχών του Facebook το παρελθόν έτος. Κατά την SEC, η ηλεκτρονική αγορά με αφορμή τεχνικό λάθος στο λογισμικό της έλαβε μια σειρά εσφαλμένων αποφάσεων και παραβίασε τους ισχύοντες κανόνες. Ως αποτέλεσμα περισσότερες από 30.000 εντολές για πώληση μετοχών του Facebook δεν εκτελέστηκαν σε διάστημα 2 ωρών. Υπό κανονικές συνθήκες, οι εντολές είτε θα εκτελούνταν είτε θα ακυρώνονταν. Αποτέλεσμα των λαθασμένων κινήσεων των



Ο επικεφαλής της ηλεκτρονικής αγοράς Nasdaq, Ρόμπερτ Γκρέιφελντ.

υπευθύνων στελεχών ήταν να απολέσουν οι επενδυτές σχεδόν 500 εκατ. δολάρια. Εξ ου και ο κ. Γκρέιφελντ έχει συμφωνήσει, εκτός των 10 εκατ. δολ. του προστίμου, να αποζημιώσει τους επενδυτές, καταβάλλοντάς τους 62 εκατ. δολάρια. Σε ανοιχτή επιστολή αναγνωρίζει «ότι τα προβλήματα που ανέκυψαν στο ντεμπούτο των μετοχών του Facebook ήταν πρωτόγνωρα, η Nasdaq όφειλε να τα εξετάσει και να διαχθεί από αυτά».

REUTERS

ΛΑΡΙ ΠΟΥΟΠ

Η μεγαλύτερη εξαγορά από κινεζική εταιρεία

Η μεγαλύτερη εξαγορά αμερικανικής εταιρείας από κινεζικό όμιλο είναι γεγονός και υλοποιείται στον κλάδο των τροφίμων. Αφορά τη Smithfield Foods, η οποία με έδρα τη Βιρτζίνια είναι η μεγαλύτερη του κόσμου στην παραγωγή χοιρινού κρέατος. Η επιχείρηση εξαγοράστηκε αντι 4,7 δισ. δολαρίων από τη Shunaghu International, αποσκοπώντας να καλυφθεί η ολοένα διογκούμενη ζήτηση για χοιρινό από την κινεζική αγορά. «Πρόκειται για τη μεγαλύτερη εξαγορά αμερικανικής εταιρείας από κινεζική», διευκρίνισε ο επικεφαλής της Smithfield Foods, Λάρι Πόουπ, σπεύδοντας να προσθέσει: «Δεν πρόκειται για κάποια στρατηγική εισαγωγής κινεζικού κρέατος στις ΗΠΑ, αντιθέτως θα εξαγάγουμε ακόμα περισσότερο χοιρινό στην Κίνα».

Από την πλευρά τους οι Κινέζοι, θέλοντας να κατευθύνουν την όποια ανησυχία ανακύψει με την εξαγορά, δεσμεύθηκαν να μην κλει-



Ο επικεφαλής της Smithfield Foods, Λάρι Πόουπ.

σουν ούτε να αλλάξουν την τοποθεσία των εργοστασίων της Smithfield Foods.

Συν τοις άλλοις, δεν πρόκειται να προχωρήσουν σε αλλαγές αναφορικά με τη διοίκηση της εταιρείας, συμπεριλαμβανομένου και του διευθύνοντος συμβούλου, Λάρι Πόουπ. Αξίζει να σημειωθεί, τέλος, ότι η Κίνα αποτελεί την τρίτη μεγαλύτερη αγορά αμερικανικού χοιρινού μετά το Μεξικό και την Ιαπωνία.

REUTERS, BLOOMBERG, A.P.