



Τ.Ε.Ι. Λάρισσας
Παράρτημα
Καρδίτσας



Τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΗΜΕΡΙΔΑ

«ΠΡΑΣΙΝΟ & ΕΞΥΠΝΟ (ΟΙΚΟ - ΛΟΓΙΚΟ) ΕΠΙΠΛΟ - GSF»

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

“GSF (Green Smart Furniture) - Πράσινο και Έξυπνο (Οίκο - Λογικό) Οικιακό Έπιπλο. Ολοκληρωμένη ανάπτυξη σχεδιασμού, τεχνολογίας παραγωγής, οικονομικής ανάλυσης και προώθησης του”
ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ ΑΡΧΙΜΗΔΗΣ ΙΙΙ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΔΡ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ -
ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΤΕΙ ΛΑΡΙΣΣΑΣ

ΚΑΡΔΙΤΣΑ, 15/1/2013



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου

ΕΜΠΝΕΥΣΗ*

- ❖ Όταν σε εμπνέει κάποιος σπουδαίος σκοπός,
 - ❖ κάποιο εξαιρετικό σχέδιο,
 - ❖ τότε οι σκέψεις σου σπάνε τα δεσμά τους,
 - ❖ ο νους σου υπερβαίνει τους περιορισμούς,
- ❖ η συνειδητότητά σου διευρύνεται σε κάθε κατεύθυνση και βρίσκεται σ' ένα καινούργιο, μεγαλειώδη κόσμο, γεμάτο θαύματα.
- ❖ Οι κοιμισμένες μέσα σου δυνάμεις, οι ικανότητες και τα ταλέντα σου ζωντανεύουν και ανακαλύπτεις πως είσαι ένα άτομο πολύ μεγαλύτερο απ' όσο μπορούσες ποτέ να φανταστείς ότι είσαι.

*Πανταντζάλι (3^{ος} πχ. Αιώνας)
Ινδός συγγραφέας, καθιέρωσε την πρακτική του
διαλογισμού.*

* Wayne W. Dyer (1999). Η σοφία των αιώνων. Εκδόσεις Δυναμική Επιτυχίας, Αθήνα



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- ❖ Η λύση που προτείνεται από το έργο προκύπτει από την ίδια τη λέξη «οικολογικό» ή διαφορετικά **οίκο - λογικό**, δηλ. «πράσινα» έπιπλα και έξυπνα.
- ❖ Ο συνδυασμός του οικολογικού και παράλληλα του λογικού (έξυπνου) χαρακτήρα προσδίδει στο τελικό προϊόν του επίπλου ή του ξύλινου δομικού στοιχείου πολύ σημαντικά πλεονεκτήματα και δημιουργεί νέες εξειδικευμένες αγορές (*market niches*) όπως πχ:
 - εκείνη των αμιγώς οπαδών της οικολογίας και της τεχνολογίας,
 - ατόμων ειδικών κατηγοριών,
 - ή κι άλλων ομάδων που θα ξεπροβάλλουν είτε από μόνες τους εφόσον το έργο προωθηθεί
 - είτε θα φροντίσει να δημιουργήσει το μάρκετινγκ (χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των κινητών που η αρχική ομάδα στόχος για τους κατασκευαστές ήταν ο μικρός αριθμός των επιχειρηματιών που ταξίδευαν διαρκώς σε παγκόσμιο επίπεδο).



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- ❖ Ως «**λογικά έπιπλα**» έχουν δει το φως της δημοσιότητας
 - τα έξυπνα ξύλινα κουφώματα τα οποία όταν είναι ανοικτά και ο καιρός βροχερός κλείνουν μόνα τους,
 - Ο καναπές που ενημερώνει αυτόν που έχει αποκοιμηθεί πάνω του όταν η στάση του σώματός του είναι ακατάλληλη, την αναγνώριση του καθήμενου που «φιλοξενεί» ο καναπές ώστε μέσω ειδικών αισθητήρων να ενεργοποιεί τις απαραίτητες οικιακές συσκευές.
- ❖ Αν δηλαδή, ο καθήμενος συνήθως βλέπει τηλεόραση, τον αναγνωρίζει και προχωρεί στην ενεργοποίηση της συσκευής.
- ❖ Η τελευταία περίπτωση αποτελεί αποτέλεσμα ερευνητικού προγράμματος του Πανεπιστημίου του Λάνκαστερ, σε συνεργασία με ερευνητικά ινστιτούτα απ' όλη την Ευρώπη.
- ❖ Με τον ίδιο τρόπο αναμένεται να κατασκευαστούν προσεχώς βιβλιοθήκες που αντιλαμβάνονται εάν έχουν υπερφορτωθεί, ντουλάπες που ανάλογα με την εξωτερική θερμοκρασία προεπιλέγουν τα κατάλληλα ρούχα, κ.λπ.



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- ❖ Εντυπωσιακά είναι τα αποτελέσματα αντίστοιχου προγράμματος που αναφέρεται στο έξυπνο σπίτι όπου μεταξύ άλλων έχουν αναπτυχθεί κι έξυπνα έπιπλα, όπως:
 - η **πόρτα** που σου θυμίζει τι πρέπει να πάρεις μαζί σου πριν φύγεις και μηνύματα που έχεις σημειώσει (*gate reminder*),
 - το **έξυπνο τραπέζι** που βοηθά στο πρωινό μακιγιάζ (*smart dressing table*) με το να παρέχει λειτουργίες *zooming in/out*, να επαναλαμβάνει τη διαδικασία φροντίδας ή μακιγιάζ κ.ο. ή
 - το **Smart Bed** που κάνει το πρωινό ξύπνημα ευχάριστο με φωνές πουλιών, σταδιακή ανατολή ήλιου, μυρωδιά καφέ κι άλλα φυσικά στοιχεία τα οποία ξεκινούν 30 λεπτά πριν την ώρα που αφύπνισης.



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- ❖ Πέρα από τα οικολογικά στοιχεία (πχ χρήση ξυλείας από αειφορικά διαχειριζόμενα δάση, χρήση φυσικών κολλών χωρίς χημικά πρόσθετα, χρήση φυσικών βαφών, χρήση ξυλείας από υπολείμματα κατεργασίας και καλλιέργειας δασών κλπ),
- ❖ το «έξυπνο» έπιπλο θα πρέπει να ενδυναμώνει στοιχεία όπως:
 - το συναίσθημα,
 - την επαφή,
 - τη διασκέδαση,
 - την καλύτερη οργάνωση
- ❖ που θα βοηθά στη μείωση του άγχους και την άνεση που να παραπέμπει σε συνθήκες πολυτελούς ξενοδοχείου, χωρίς να παραβιάζεται η αίσθηση της οικειότητας και ζεστασιάς του σπιτικού.



ΛΙΓΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΟ GSF

- ❖ Η πρόταση του Έργου συντάχθηκε και υποβλήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2009
- ❖ Τον Απρίλιο του 2010 ζητήθηκαν συμπληρωματικά στοιχεία τα οποία υποβλήθηκαν
- ❖ Τον Οκτώβριο του 2010 υποβλήθηκε η πρόταση στην Αγγλική Γλώσσα με τον τίτλο: ***“Green and Smart (Eco - Oiko (i.e. House) & logic-logikon (i.e. logical) Furniture. Integrated Development of design, production technology, feasibility study and promotion”*** προκειμένου να αξιολογηθεί από κριτές του εξωτερικού!
- ❖ Τον Απρίλιο του 2011 πέρασε θετικά την 1^η αξιολόγηση!!

Συνέχεια.....



ΛΙΓΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΟ GSF

.....Συνέχεια

- ❖ Στις 6/10/2011 ανακοινώθηκαν τα οριστικά αποτελέσματα και το πρόγραμμα GSF συμπεριλήφθηκε ανάμεσα στις 19 εγκεκριμένες προτάσεις των *Κοινωνικών, Διοικητικών και Οικονομικών Επιστημών*
- ❖ Τον Δεκέμβριο του 2011 υποβλήθηκε το Τεχνικό Δελτίο όλου του Προγράμματος ΑΡΧΙΜΗΔΗΣ ΙΙΙ του ΤΕΙ Λάρισας.
- ❖ Διαδικαστικά ζητήματα καθυστέρησαν την έναρξη υλοποίησης όλων των έργων του Προγράμματος ΑΡΧΙΜΗΔΗΣ ΙΙΙ.
- ❖ Τελικά το πρόγραμμα GSF ξεκινά την υλοποίησή του επίσημα στις **1/9/2012!!!!**



ΛΙΓΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΟ GSF

- ❖ **ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ:** 3 ΕΤΗ (1/9/2012 – 31/8/2015).
- ❖ **ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΡΓΟΥ:** 90.000 €
- ❖ **ΚΥΡΙΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ:** ΕΠΤΑ (7) ΜΕΛΗ ΕΠ – ΔΕΠ ΑΠΟ ΤΕΙ ΛΑΡΙΣΑΣ – ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝ/ΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ & SCHOOL OF BUSINESS – UNIVERSITY OF NICOSIA
- ❖ **ΟΜΑΔΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ – ΔΕΚΑ ΤΕΣΣΕΡΕΙΣ (14)** εξωτερικοί συνεργάτες επιστήμονες (μέλη Ε.Π. ΕΤΠ, ερευνητές, επαγγελματίες του χώρου κά).
- ❖ **ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ:** ΔΡ. ΙΩΑΝΝΗΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ – ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΞΥΛΟΥ & ΕΠΙΠΛΟΥ – ΤΕΙ ΛΑΡΙΣΑΣ



ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ GSF

- ❖ Το έργο αυτό :
 - ❖ είναι το πρώτο σε παγκόσμια βάση που επιχειρεί την κατασκευή τελικού προϊόντος έξυπνου και ταυτόχρονα οικολογικού
 - ❖ ακολουθεί δομημένη μεθοδολογία ανάπτυξης νέων προϊόντων (κατά Ulrich & Eppinger),
 - ❖ ενισχύει την πράσινη επιχειρηματικότητα
 - ❖ προωθεί την τεχνολογία, την καινοτομία και εξασφαλίζει την ασφάλεια και υγιεινή των καταναλωτών σε προϊόντα καθημερινής κι άμεσης χρήσης.
- ❖ Επιπλέον, οι λύσεις που θα προκύψουν θα δώσουν νέα πνοή στον παραδοσιακό κλάδο ξύλου - επίπλου, ο οποίος βρίσκεται σε διαρκή οικονομική ύφεση τα τελευταία 3 έτη και αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα επιβίωσης!!



ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ GSF

- ❖ Είναι να επινοηθεί ένα σύνολο έξυπνων και αμιγώς οικολογικών επίπλων που να παρέχουν καλύτερη εμπειρία της σπιτικής ζωής χωρίς να υπερφορτώνονται οι χρήστες με τεχνολογία και να ολοκληρωθεί τουλάχιστον μία από τις ιδέες.
- ❖ Η κεντρική ιδέα είναι να βελτιωθεί ο σημερινός τρόπος λειτουργίας μέσα στο σπίτι όσον αφορά στο έπιπλο αξιοποιώντας σύγχρονες τεχνολογίες
 - ❖ τόσο κατά την κατασκευή και ιχνηλασιμότητα υλικών και τελικών προϊόντων,
 - ❖ όσο και κατά τη χρήση αυτών,
 - ❖ ενώ ταυτόχρονα θα διατηρείται ή και θα ενισχύεται ο φυσικός τρόπος ζωής και η ευχρηστία από κάθε πιθανή ομάδα χρηστών (ηλικιωμένων, παιδιών, ατόμων με ειδικές ανάγκες κ.α.)



ΥΠΟΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ GSF

Π.Ε. 1: «Οργάνωση της διαδικασίας ανάπτυξης προϊόντων GSF - Προκαταρτικές εργασίες»

Π.Ε. 2: «Εντοπισμός της αγοράς προϊόντων GSF στην Ελλάδα και των τάσεων αυτής (*Targeting & trend analysis*)»

Π.Ε. 3: «Σχεδιασμός οίκου - λογικών - GS οικιακών επίπλων»

Π.Ε. 4: «Τεχνολογία παραγωγής οίκου - λογικών GS οικιακών επίπλων»

Π.Ε. 5: «Οικονομικές αναλύσεις»

Π.Ε. 6: «Προώθηση και επικοινωνία οίκου - λογικών επίπλων»



Π.Ε. 1: ΤΙΤΛΟΣ: «ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ GSF - ΠΡΟΚΑΤΑΡΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ»

❖ ΔΡΑΣΕΙΣ Π.Ε.1:

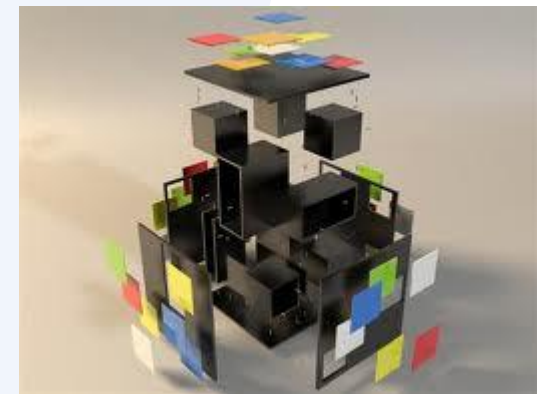
- Δ1.1) τον επιστημονικό σχεδιασμό της έρευνας με αναλυτικό ορισμό των όρων που θα χρησιμοποιηθούν, τον καθορισμό των στόχων των προϊόντων και λεπτομερή καταγραφή των οφελών των καταναλωτών,
- Δ1.2) τη βιβλιογραφική ανασκόπηση (περαιτέρω βιβλιογραφική ενημέρωση),
- Δ1.3) τη συλλογή της σχετικής νομοθεσίας και κανονισμών,
- Δ1.4) μελέτη περιπτώσεων (case studies) με την ταυτόχρονη δημιουργία σεναρίων και γνωστική περιδιάβαση αυτών (cognitive walkthrough) με σκοπό τη δημιουργία μιας ενιαίας πλούσιας εικόνας για το ερευνητικό αντικείμενο,
- Δ1.5) τη συγγραφή της Δήλωσης Αποστολής του έργου (Design Brief) με ανάλυση της περιγραφής του προϊόντος, τους βασικούς επιχειρηματικούς στόχους, τις αγορές τις υποθέσεις και τους περιορισμούς και τους άμεσα ενδιαφερόμενους (stakeholders)
- Δ1.6) τη θέσπιση κριτηρίων αξιολόγησης ανά φάση εκτέλεσης του έργου και τέλος,
- Δ1.7) τη διοργάνωση ημερίδας ενημέρωσης των stakeholders (επιχειρήσεων, εμπλεκόμενων φορέων και καταναλωτών) για το ερευνητικό πρόγραμμα – έκδοση πρακτικών.



Π.Ε. 1: ΤΙΤΛΟΣ: «ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ GSF - ΠΡΟΚΑΤΑΡΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ»

❖ Παραδοτέα:

- Π1.1 - Design Brief,
- Π1.2 - Μελέτη ανάπτυξης προϊόντων GSF
- Π1.3 - Έκδοση πρακτικών ημερίδας



Π.Ε. 2: ΤΙΤΛΟΣ: «Εντοπισμός της αγοράς προϊόντων GSF στην Ελλάδα και των τάσεων αυτής (*Targeting & trend analysis*)»

❖ ΔΡΑΣΕΙΣ Π.Ε.2:

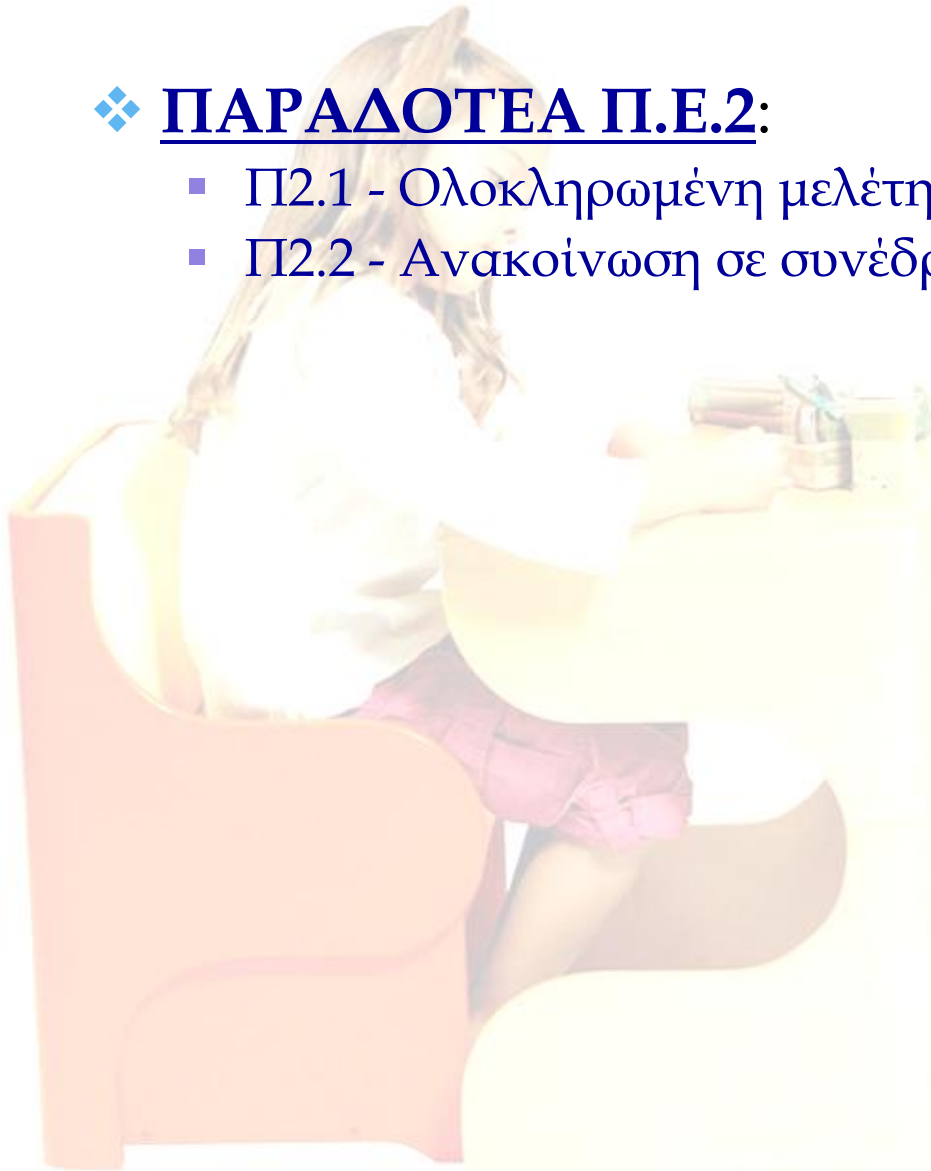
- Δ2.1) την επιλογή του δείγματος και σχεδιασμό των ερωτηματολογίων (διαφορετικό για τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές),
- Δ2.2) τη χρήση προ-ερωτηματολογίων και την οριστικοποίηση του περιεχομένου των τελικών ερωτηματολογίων,
- Δ2.3) τη διεξαγωγή της έρευνας αγοράς,
- Δ2.4) την επεξεργασία των αποτελεσμάτων και τη συγγραφή αυτών με συμπεράσματα
- Δ2.5) και τη δημοσίευση των αποτελεσμάτων (ανακοίνωση σε συνέδριο).



Π.Ε. 2: ΤΙΤΛΟΣ: «Εντοπισμός της αγοράς προϊόντων GSF στην Ελλάδα και των τάσεων αυτής (*Targeting & trend analysis*)»

❖ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ Π.Ε.2:

- Π2.1 - Ολοκληρωμένη μελέτη έρευνας αγοράς
- Π2.2 - Ανακοίνωση σε συνέδριο



Π.Ε. 3: «Σχεδιασμός οίκο - λογικών - GS οικιακών επίπλων»

❖ ΔΡΑΣΕΙΣ Π.Ε.3:

- Δ3.1) συνδυαστική μελέτη του design brief
- Δ3.2) την δημιουργία και καταχώρηση ιδεών/προτάσεων σε δυσδιάστατη (σκίτσα) και τρισδιάστατη μορφή,
- Δ3.3) την ανάλυση και κρίση των ιδεών/προτάσεων από την επιτροπή αξιολόγησης, σύμφωνα με τα κριτήρια και χαρακτηριστικά που έχουν θεσπιστεί, και την επιλογή των επικρατέστερων ιδεών,
- Δ3.4) τη σχεδιαστική ανάπτυξη σε τρισδιάστατη ηλεκτρονική μορφή (μορφολογικά και χρηστικά) των επικρατέστερων ιδεών/προτάσεων και την επιλογή υλικών και μηχανισμών, έτσι ώστε κάθε ιδέα να κριθεί συνολικά από μορφολογική/χρηστική αλλά και κατασκευαστική άποψη,
- Δ3.5) την τελική κρίση και επιλογή μίας ή δύο μόνο ιδεών/προτάσεων,
- Δ3.6) τη δημιουργία τελικής σχεδιαστικής μελέτης και κατασκευαστικών σχεδίων της/των σχεδιαστικών προτάσεων,
- Δ3.7) την κατοχύρωση αυτών των προτάσεων / ιδεών και τελικών κατασκευαστικών σχεδίων στον ΟΒΙ και
- Δ3.8) τη δημοσίευση σε κλαδικά περιοδικά των επιλεγμένων ιδεών/προτάσεων.



❖ Παραδοτέα:

- Π3.1 - Τελική σχεδιαστική μελέτη και κατασκευαστικά σχέδια οίκο - λογικών επίπλων,
- Π3.2 - Κατοχύρωση των τελικών σχεδίων στον ΟΒΙ.
- Π3.3 - Δημοσίευση ιδεών - προτάσεων



Π.Ε. 4: «Τεχνολογία παραγωγής οίκο - λογικών GS οικιακών επίπλων»

❖ ΔΡΑΣΕΙΣ Π.Ε.4:

- Δ4.1) την κατασκευή λειτουργικού πρωτοτύπου και πρωτοτύπου πιλοτικής παραγωγής για καταγραφή της όλης διαδικασίας (π.χ. τυχόν προβλημάτων παραγωγής, αναγκαίων τροποποιήσεων, νέες λύσεις κλπ),
- Δ4.2) τον καθορισμό της γραμμής παραγωγής,
- Δ4.3) τη συνδεσμολογία των προϊόντων,
- Δ4.4) τη χρήση των καταλληλότερων ειδών ξυλείας,
- Δ4.5) τον καθορισμό και την επιλογή των κατάλληλων πρώτων και βοηθητικών υλών που θα εξασφαλίζουν την «οικολογικότητα» του επίπλου (πχ χρήση ξυλείας από αειφορικά διαχειριζόμενα δάση, χρήση φυσικών κολλών χωρίς χημικά πρόσθετα, χρήση φυσικών βαφών, χρήση ξυλείας από υπολείμματα κατεργασίας και καλλιέργειας δασών κλπ)
- Δ4.6) την επιλογή και προμήθεια του απαραίτητου τεχνολογικού - ηλεκτρονικού εξοπλισμού που θα εξασφαλίζουν την έξυπνη λειτουργία του επίπλου,
- Δ4.7) την διεξαγωγή των απαραίτητων ποιοτικών ελέγχων και τέλος
- Δ4.8) την καταγραφή των εντυπώσεων και παρατηρήσεων από εθελοντική χρήση αυτού.



❖ Παραδοτέα:

- Π4.1 - Σχεδιασμός γραμμής παραγωγής,
- Π4.2 - Πίνακας πρώτων & βοηθητικών υλών,
- Π4.3 - Εγχειρίδιο κανόνων κατασκευής οικολογικών επίπλων,
- Π4.4 - Κατασκευή «οίκο - λογικού» επίπλου.

Π.Ε. 5: «Οικονομικές αναλύσεις»

❖ ΔΡΑΣΕΙΣ Π.Ε.5:

- Δ5.1) τη συλλογή βασικών δεδομένων,
- Δ5.2) την ανάπτυξη μεθοδολογίας,
- Δ5.3) την πραγματοποίηση τεχνικοοικονομικής ανάλυσης παραγωγής καινοτόμου προϊόντος κι εκτίμηση του κατασκευαστικού κόστους,
- Δ5.4) την κοστολόγηση της παραγωγής,
- Δ5.5) τη σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου (business plan) εκκίνησης μαζικής παραγωγής,
- Δ5.6) τη συγγραφή ερευνητικής εργασίας και
- Δ5.7) την πραγματοποίηση ημερίδας (διάχυση αποτελεσμάτων της έρευνας) η οποία θα περιλαμβάνει και την έκδοση πρακτικών.



❖ Παραδοτέα:

- Π5.1 - Οικονομοτεχνική ανάλυση παραγωγής οίκο – λογικών επίπλων,
- Π5.2 - Επιχειρηματικό σχέδιο,
- Π5.3 - Ερευνητική εργασία και
- Π5.4 - Έκδοση πρακτικών ημερίδας.

Π.Ε. 6: «Προώθηση και επικοινωνία οίκου – λογικών επίπλων»

❖ ΔΡΑΣΕΙΣ Π.Ε.6

- ❖ Μετά από τα αποτελέσματα που θα προκύψουν από όλες τις προηγούμενες δράσεις θα γίνει ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού σχεδίου μάρκετινγκ (*marketing plan*) με ιδιαίτερη έμφαση στο μίγμα του μάρκετινγκ το οποίο θα περιλαμβάνει τις παρακάτω δράσεις:
 - Δ6.1) Καθορισμός στόχων του μάρκετινγκ του 1ου «οίκου – λογικού» - GS επίπλου, με παράλληλο προσδιορισμό των νέων niche markets οι οποίες θα αποτελέσουν τον πυρήνα περαιτέρω αγορών σε διεθνές επίπεδο,
 - Δ6.2) Προσδιορισμός της στρατηγικής του μάρκετινγκ του καινοτόμου προϊόντος,
 - Δ6.3) Προσδιορισμός των καναλιών εσωτερικής και εξωτερικής επικοινωνίας,
 - Δ6.4) Αποτελεσματικές ενέργειες επικοινωνίας (βασικές και συμπληρωματικές),
 - Δ6.5) Μελέτη της brand στρατηγικής, Δ6.6) Έκδοση σχετικού newsletter και
 - Δ6.7) Απαραίτητες ενέργειες για συνεργασίες με κρατικούς φορείς και άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα.

- ❖ Τα αποτελέσματα θα δημοσιοποιηθούν σε κοινό που θα αποτελείται από επιχειρηματίες του κλάδου με τη διοργάνωση σχετικής ημερίδας.

❖ Παραδοτέα:

- Π6.1 - Ολοκληρωμένο σχέδιο μάρκετινγκ GS επίπλων
- Π6.2 - Έκδοση newsletter,
- Ρ6.3 - Έκθεση ενεργειών συνεργασιών και
- Π6.4 - Ερευνητική εργασία με ανακοίνωση σε διεθνές συνέδριο ή περιοδικό.



❖ Ευελπιστούμε σε επιτυχή ολοκλήρωση του ερευνητικού έργου GSF ώστε να είναι δυνατή η εφαρμογή του στην πράξη και η ανάπτυξη περαιτέρω συνεργασιών με την ελληνική και διεθνή αγορά!!!

❖ Ο άνθρωπος που σκέφτεται επιχειρηματικά είναι αυτός που συναντά ένα σωρό παλιοσίδερα και βλέπει σε αυτά τη δημιουργία ενός όμορφου έργου τέχνης.

❖ Αυτός που σκέφτεται επιχειρηματικά οδηγεί σε κάποια απόμακρη υποβαθμισμένη γειτονιά και βλέπει μια κατασκευαστική ανάπλαση.

❖ Αυτός που σκέφτεται επιχειρηματικά βλέπει ευκαιρίες σε όλους τους τομείς της ζωής του.

❖ *Jim Rohn.*





ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Σας ευχαριστώ πολύ

για την προσοχή σας!

