

STARTUPPER^{MAG}

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2020 — # 14

Cybersecurity: Εξασφαλίστε την επιχείρησή σας από κυβερνοεπιθέσεις

Schoox: Από τη Θεσσαλονίκη στην παγκόσμια αγορά εκπαίδευσης

Retail 2.0: Το εμπόριο στην εποχή του digital transformation

ΤΙΜΗ — €3



ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Ο ΝΕΟΣ ΚΟΜΒΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ
ΤΗΣ ΝΟΤΙΟΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ
ΕΥΡΩΠΗΣ



Το νέο βασικό οικιακό προϊόν
ηλεκτρικής ενέργειας
είναι σήμερα **εδώ**.



Ανταγωνιστική
χρέωση ενέργειας.



Χαμηλό πάγιο.



Απλή και ξεκάθαρη τιμολόγηση
χωρίς κρυφές χρεώσεις και ρήτρες.



Επιβράβευση συνέπειας 5% και επιπλέον
έκπτωση 2% με την ενεργοποίηση
πάγιας τραπεζικής εντολής.

**Με 100€ έκπτωση στον 1^ο σας λογαριασμό*
έως 31/12/2020.**

Είτε είστε πελάτης ΔΕΗ, είτε νέος πελάτης
αλλάξτε σήμερα σε ΔΕΗ myHome Enter.
Κλείστε ραντεβού σε ένα κατάστημα ΔΕΗ,
μπείτε στο dei.gr ή καλέστε δωρεάν στο
800-900-1000.




Ένα με το μέλλον
dei.gr

* Ισχύει για 24μηνη σύμβαση. Όροι και προϋποθέσεις στο dei.gr
Αρμόδιος ρυθμιστής ΡΑΕ.



Τώρα το μόνο που χρειάζεστε είναι το iPhone σας.

Εύκολες και ασφαλείς συναλλαγές με τις κάρτες
VISA και  από την Alpha Bank,
την πρώτη ελληνική Τράπεζα που φέρνει το Apple Pay.

 Pay



ALPHA BANK

www.alpha.gr

Εκδότης

Γιάννης Διονάτος

Αρχισυνταξία

Γιώργος Κουρκουτάς
Σωτήρης Γιαννάτος

Συνεργάτες

Εύη Τριαντοπούλου
Πάνος Χαλαμπίδης
Νίκος Σάλλας

Αρθρογράφοι

Χρήστος Κτενάς

Διόρθωση

Μαριάννα Γιαγιά

Υπεύθυνη westart.gr

Μαρίνα Παπαχρήστου

Art Director

Βασίλης Παπαδάτος

Φωτογραφία

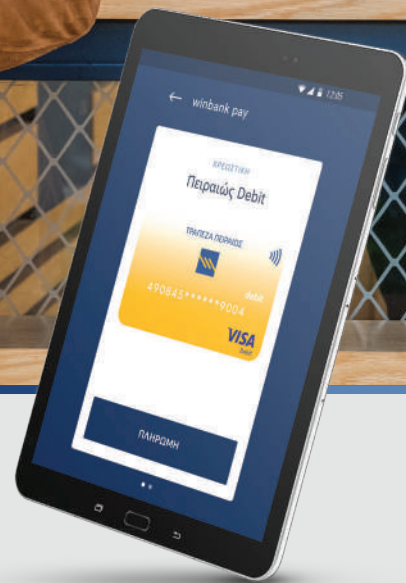
Αθανάσιος Αναγνωστόπουλος
Ace Photography

Ιδιοκτησία

emea.media
T: 210 32 49 222
email: startupper@startuppermag.gr
www.startuppermag.gr

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

16	Τα αποτελέσματα των διαγωνισμών καινοτομίας της Alpha Bank
18	Το νέο πρόγραμμα Microsoft for Startups ξεκίνησε στην Ελλάδα
20	Γιατί η αγορά της Ελλάδας είναι σημαντική για την realme
24	Μεγάλο αφιέρωμα στο οικοσύστημα καινοτομίας και Startups της Θεσσαλονίκης
42	NBG Business Seeds: Πώς υποστηρίζει το οικοσύστημα της Θεσσαλονίκης
46	Ο επενδυτικός incubator της Thermi Group
52	Η Lancom επενδύει σε Data Center στη Β. Ελλάδα και σε Startups
54	Schoox: Από τη Θεσσαλονίκη στην παγκόσμια αγορά εκπαίδευσης
60	Αφιέρωμα Cybersecurity: Προστατέψτε την επιχείρησή σας!
68	Αφιέρωμα Retail 2.0
76	EIT RawMaterials και πόσο σημαντικό είναι για το μέλλον της Ευρώπης
78	BOTA Systems: Πώς κάνει τα ρομπότ πιο «ανθρώπινα»



ΜΕ ΤΟ WINBANK PAY, ΟΙ ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΣΟΥ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΕΥΚΟΛΑ, ΓΡΗΓΟΡΑ & ΑΠΛΑ

Γιατί τις κάνεις από το κινητό* σου ανέπαφα και με απόλυτη ασφάλεια.

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



*Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη για συσκευές Android 5+ με NFC. Πληροφορίες στο www.piraeusbank.gr



winbank
ΠΩΣ ΑΛΛΙΩΣ;

► winbank.gr

ΠΩΣ... ΠΑΝΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ;

Του Γιάννη Διονάτου



Προ ημερών η πορεία μου διασταυρώθηκε με αυτήν ενός φερέλπιδος νέου επιστήμονα, ο οποίος αναζητά τον τελευταίο καιρό μια «ασφαλή» κατεύθυνση που θα του επιτρέψει να καρπωθεί τις γνώσεις και την εξειδίκευσή του σε ένα συγκεκριμένο επιστημονικό πεδίο.

«Με ποιον τομέα αξίζει να ασχοληθώ κατά το αμέσως προσεχές χρονικό διάστημα;» το ερώτημα που μου απήντησε και η αλήθεια είναι πως ένιωσα το φορτίο της ευθύνης να «πέφτει» βαρύ στις πλάτες μου.

Βέβαια την ίδια στιγμή, ενώ η απάντηση «οπουδήποτε υπάρχουν υπαρκτά προβλήματα που ζητούν πειστικές απαντήσεις» μου έβγαине αυθόρμητα, μια δεύτερη «ανάγνωση» του ερωτήματος απαιτούσε περισσότερη περισυλλογή, όσο και εμπάθση της σκέψης μου.

Έχοντας κάνει μια στιγμιαία... «βουτιά» στα δεδομένα της αγοράς, μα και της εποχής, αποκρίθηκα—περίπου—μονολογικά: **«Ακολουθήσε το σχέδιο Πισσαρίδη!»**. Οφείλω να ομολογήσω πως το γεμάτο απορία βλέμμα του νεαρού wannabe επιχειρηματία γέννησε πρόσθετη αναγκαιότητα επεξήγησης της λακωνικής μου απάντησης.

«Από τη στιγμή κατά την οποία η ελληνική κυβέρνηση ανέθεσε στην Επιτροπή Πισσαρίδη να δομήσει ένα ολοκληρωμένο σχέδιο ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας κατά τα αρκετά προσεχή χρόνια, οφείλουμε να παρακολουθούμε και να λαμβάνουμε στα σοβαρά τις εισηγήσεις και τους προτεινόμενους άξονες στους οποίους η χώρα μας καλείται να κινηθεί από τώρα και στο εγγύς μέλλον. Και δη, το πολύ! Κατ' επέκταση, χρήσιμο θα ήταν για καθέναν που βρίσκεται στη θέση σου και αναζητά την επιχειρηματική... “Γη της Επαγγελίας”, να καταγράψει τους βασικούς άξονες γύρω από τους οποίους προτείνεται να δομηθεί η ελληνική οικονομία και εν συνεχεία να αναζητήσει τα προβλήματα και τις υπαρκτές “τρύπες”, που αυτομάτως αποτελούν προκλήσεις για τους άλλους, μα ευκαιρίες για όσους το επιδιώκουν».

«Και ποιοι είναι αυτοί οι άξονες - τομείς που δύνανται να γεννήσουν τις ευκαιρίες του αύριο;» ήρθε—αναπόφευκτα—το επόμενο ερώτημα.

Θα ανατρέξω στα όσα αναφέρει η ίδια η έκθεση της Επιτροπής Πισσαρίδη:

Εκσυγχρονισμός της δομής του συστήματος εκπαίδευσης σε όλες τις βαθμίδες. Καθολική ανάπτυξη ψηφιακών υποδομών και περιεχομένου, ουσιαστική διασύνδεση των πανεπιστημίων με αντίστοιχα της αλλοδαπής, με την οικονομία και με την ευρύτερη κοινωνία.

Αναδιάρθρωση του συστήματος υγείας με προτεραιότητα στην πλήρη ανάπτυξη συστήματος ψηφιακού φακέλου ασθενούς, πρωτοβάθμιας φροντίδας και πρόληψης.

Ενεργειακή αναβάθμιση κτηρίων (κατοικιών και επαγγελματικών) με σκοπό τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας. Στροφή σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Ανάπτυξη συστημάτων κυκλικής οικονομίας και διαχείρισης απορριμμάτων.

Εφαρμογή προγραμμάτων ενίσχυσης ΜμΕ για επενδύσεις που αφορούν ψηφιακή αναβάθμιση, καινοτομία ή εξωστρέφεια, είτε προάγουν την κοινωνική συνοχή είτε την προστασία του περιβάλλοντος.

Ενίσχυση της ποιότητας των υπηρεσιών στον τουρισμό μέσω της ψηφιοποίησης υπηρεσιών και της έμφασης στην προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

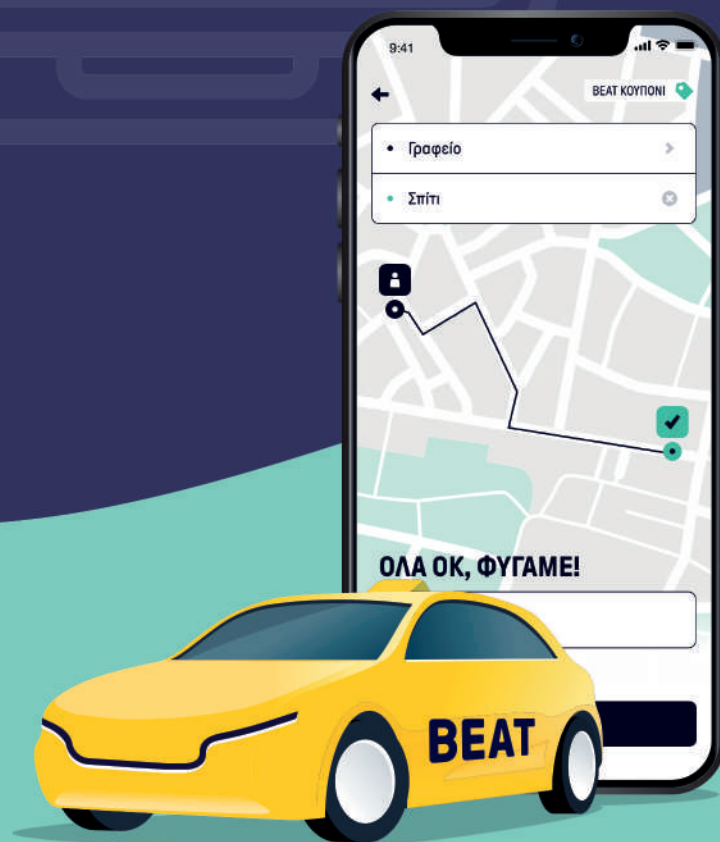
Ενίσχυση καινοτομίας με κίνητρα για έρευνα στις επιχειρήσεις σε μεταποίηση, αγροδιατροφή, και ανάπτυξη μέσω έξυπνης εξειδίκευσης.

Τα δεδομένα, λοιπόν, βρίσκονται εδώ, οι τομείς συγκεκριμένοι, οι προκλήσεις υπαρκτές, το θέμα είναι πώς εσείς, εμείς, η ελληνική κοινωνία, θα τα αξιοποιήσουμε.

Καλό μήνα και καλές γιορτές!



Το **2020** είχε ήδη αρκετές εκπλήξεις.
Μην αφήνεις τη μετακίνησή σου στην τύχη.



Μετακινήσου με ασφάλεια.
Κάλεσε ένα **Beat**.

BEAT

To No1 Taxi App.



Η ΚΑΛΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΚΟΡΩΝΟΪΟΥ

Του Χρήστου Γ. Κτενά *

Αν κάτι κυριαρχεί στην επικαιρότητα, αυτό είναι το δίδυμο ελπίδας και φόβου για την υγεία μας. Από τη μια ο τρόμος του κορωνοϊού, που έχει φέρει στα όριά του κάθε σύστημα περίθαλψης στον πλανήτη, και από την άλλη το αντίβαρο της ελπίδας: ότι σύντομα θα εγκριθούν τα νέα εμβόλια που θα μας παρέχουν ανοσία και τελικά την επιστροφή στην κανονικότητα.

Αυτό όμως που δεν έχει τύχει της ίδιας δημοσιότητας, αλλά σίγουρα θα το βιώσουμε στις επόμενες δεκαετίες, είναι η μεγάλη στροφή που έχει γίνει στο χώρο της καινοτομίας στην υγεία. Εκεί δηλαδή όπου φέτος, τη «χρονιά του ιού», εκατοντάδες μικρές εταιρείες και Startups έχουν αναλάβει να συνεισφέρουν στην πολυπόθητη επίλυση.

Πρωταγωνιστής εδώ η Moderna, μία από τις κατασκευαστριες εμβολίων με την τεχνολογία του mRNA. Ως Startup, ιδρύθηκε το 2010, από έναν καθηγητή βιολογίας του Harvard, τον Derrick Rossi, με χρηματοδότηση της Flagship Ventures. Η βασική ιδέα για την ίδρυση της ήταν να αναζητήσει εφαρμογές για τη χρήση mRNA (αγγελιαφόρος RNA, ο φορέας της γενετικής πληροφορίας από το DNA του πυρήνα των κυττάρων στα ριβοσώματα, δηλαδή στις «μηχανές» σύνθεσης πρωτεϊνών στο εσωτερικό τους). Η εταιρεία ως... κλασική Startup κατέγραφε για αρκετά χρόνια ζημιές, αλλά εισέπραττε και νέες χρηματοδοτήσεις, από φαρμακευτικές εταιρείες, φιλανθρωπικά ινστιτούτα και επενδυτικές ομάδες, καθώς έβλεπαν σε αυτή μια πολύ ενδιαφέρουσα τεχνική παραγωγής βιοτεχνολογικών προϊόντων, κυρίως εμβολίων και θεραπευτικών σχημάτων για σοβαρές ασθένειες. Μάλιστα το Δεκέμβριο του 2018 η Moderna μπήκε στο NASDAQ «σηκώνοντας» πάνω από 600 εκατομμύρια δολάρια, παρότι μέχρι τότε δεν είχε καν κυκλοφορήσει ένα ολοκληρωμένο προϊόν! Η συνέχεια είναι λίγο πολύ γνωστή, καθώς φέτος η εταιρεία εκτιμάται ήδη σε δισεκατομμύρια δολάρια σε μια εκρηκτική ανάπτυξη, τόσο λόγω του εμβολίου για τον κορωνοϊό όσο και για την εξέλιξη της τεχνολογίας mRNA.

Στο ίδιο «κύμα» συναντάμε πολλές ακόμη ιστορίες προόδου. Και όχι μόνο σε φάρμακα: Από τη γερμανική Ada Health, η οποία προσφέρει μια διαγνωστική εφαρμογή για κινητά, στην αμερικανική Embleema με ένα

σύστημα διαχείρισης δεδομένων κλινικών δοκιμών, στη γαλλική Doctorlib που κλείνει ραντεβού με γιατρούς online, στην πολωνική LiveChat, που έχει δημιουργήσει ένα chatbot για επικοινωνία με ασθενείς και αξιολόγηση συμπτωμάτων, στην κινεζική Xtalpi, η οποία αναπτύσσει συστήματα τεχνητής νοημοσύνης για φαρμακευτική έρευνα, μόνο ο χώρος της ψηφιακής υγείας (χωρίς δηλαδή φάρμακα, θεραπείες και ιατρικά μηχανήματα) κατέγραψε επενδύσεις σχεδόν 10 δισεκατομμυρίων δολαρίων στο εννεάμηνο του 2020.

Η ξαφνική άνοδος των Startups στο χώρο της υγείας έχει κυρίως δύο εξηγήσεις: Η μία είναι η προφανής, η πίεση για αναζήτηση λύσης για τον κορωνοϊό είναι τόσο μεγάλη, που μεγάλο κύμα επενδύσεων κατευθύνθηκε προς κάθε ιδέα, πρόταση και εφαρμογή που υπήρχε στον πλανήτη, είτε αυτή αφορούσε απευθείας τη θεραπεία είτε γενικότερα την εξέλιξη των σχετικών υπηρεσιών περίθαλψης, φροντίδας, έρευνας και διάγνωσης. Ο δεύτερος λόγος όμως είναι η «κληρονομιά» της κρίσης. Δηλαδή η δημόσια παραδοχή (επιτέλους) πως τα παραδοσιακά συστήματα υγείας είναι χρόνια υποβαθμισμένα, γραφειοκρατικά, υπέρμετρα φορτισμένα στο ρυθμιστικό τους πλαίσιο, «κλειστά» και ασύνδετα (π.χ. πολλές χώρες, ανάμεσά τους και η Ελλάδα, ακόμη δεν έχουν ψηφιακό φάκελο ασθενών και μηχανοργανωμένα νοσοκομεία), ενώ δεν μπορούν να ανταποκριθούν γρήγορα σε συνθήκες κρίσης και στις νέες ανάγκες των πολιτών. Αντίστοιχα, η σχετική ιατρική και φαρμακευτική έρευνα γίνεται πολλές φορές με πεπαλαιωμένες τεχνικές, χωρίς συντονισμό και με σπατάλη πόρων. Διαπιστώσεις που ανοίγουν την πόρτα στην καινοτομία και την τολμηρή έρευνα, στην ταχεία σύνδεση ιδεών με την παραγωγή, στην ψηφιακή διάγνωση, στις τηλε-υπηρεσίες υγείας και ευζωίας. Σε μια τελικά νέα κουλτούρα υγείας, που επιβάλλει πλέον γενναίες επενδύσεις αλλά και επίσης γενναίες αλλαγές διαχείρισης και φιλοσοφίας.

*** Ο Χρήστος Γ. Κτενάς είναι δημοσιογράφος με πάνω από 20 χρόνια εμπειρία, έχοντας αναλάβει κατά καιρούς θέσεις ευθύνης σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα.**

ΟΤΕ

ΓΙΑ 12^η ΧΡΟΝΙΑ Ο ΟΤΕ ΣΤΟΥΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΕΙΚΤΕΣ FTSE4GOOD ΜΕ ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η πανδημία έχει ενισχύσει το ενδιαφέρον για επενδύσεις με κριτήρια βιώσιμης ανάπτυξης (ESG - Environmental, Social, Governance).



PAGE
—
09

Στη σειρά δεικτών FTSE4Good έχει συμπεριληφθεί για 12^η συνεχόμενη χρονιά ο ΟΤΕ, ως αποτέλεσμα των επιδόσεών του σε τομείς όπως η προστασία του περιβάλλοντος, η στήριξη της κοινωνίας και η εταιρική διακυβέρνηση. Εκτός από τον ΟΤΕ στο δείκτη FTSE4Good Emerging περιλαμβάνονται άλλες 35 εταιρείες τηλεπικοινωνιών ανά τον κόσμο και 7 ελληνικές επιχειρήσεις σε σύνολο 540 εταιριών.

Οι διεθνείς δείκτες FTSE4Good χρησιμοποιούνται από επενδυτικά σχήματα και φορείς της αγοράς ως εργαλείο στην αξιολόγηση εισηγμένων εταιριών σχετικά με τις επιδόσεις τους σε ζητήματα περιβάλλοντος, κοινωνίας και εταιρικής διακυβέρνησης (ESG - Environmental, Social, Governance) και στη δημιουργία κοινωνικά υπεύθυνων επενδυτικών κεφαλαίων και άλλων προϊόντων. Τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα με την κρίση του Covid-19 φαίνεται να έχει αυξηθεί σημαντικά το ενδιαφέρον για τις λεγόμενες «βιώσιμες» επενδύσεις, όπου οι επενδυτές λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τα κριτήρια βιώσιμης ανάπτυξης (ESG) για τις εταιρείες που επενδύουν.

«Για τον Όμιλο ΟΤΕ, η βιώσιμη ανάπτυξη δεν είναι κάτι καινούργιο. Αποτελεί μέρος του στρατηγικού σχεδιασμού και της λειτουργίας μας, εδώ και πολλά χρόνια. Η πανδημία έφερε ακόμη πιο ψηλά την ατζέντα μας για τη στήριξη της κοινωνίας, της οικονομίας, του περιβάλλοντος», αναφέρει ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του Ομίλου, κ. Μιχάλης Τσαμάζ, στο μήνυμά του στον Απολογισμό Βιώσιμης Ανάπτυξης του Ομίλου ΟΤΕ 2019. «Είναι βέβαιο ότι η βιώσιμη ανάπτυξη θα έχει πρωταγωνιστικό ρόλο στη μετά-covid εποχή. Η προστασία της ανθρώπινης υγείας και του φυσικού περιβάλλοντος, η στροφή σε ψηφιακές λύσεις όπως η τηλεργασία, η διεθνής αλληλεγγύη, έρχονται

σε πρώτο πλάνο, αλλάζοντας δομικά τον τρόπο που λειτουργούμε», προσθέτει ο επικεφαλής του ΟΤΕ.

Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΑΠΟΣΠΑΣΤΟ ΚΟΜΜΑΤΙ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ΟΤΕ

Η ένταξη της βιώσιμης ανάπτυξης μαζί με την κερδοφορία στην επιχειρηματική στρατηγική και συνολική δραστηριότητα του Ομίλου ΟΤΕ, τα αυστηρότερα κριτήρια για τη μέτρηση των επιδόσεών του, και τα διεθνή πρότυπα για τη διαμόρφωση των πολιτικών και διαδικασιών του έχουν συμβάλει –μεταξύ άλλων– στη συμμετοχή του ΟΤΕ σε δείκτες βιώσιμης ανάπτυξης – SRI (Social Responsible Indexes).

Ο ΟΤΕ ανταποκρίνεται σε αξιολογήσεις αναλυτών, συμμετέχοντας σε έξι, συνολικά, δείκτες βιώσιμης ανάπτυξης/κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων (Social Responsible Investments). Συγκεκριμένα, συμμετέχει σε τέσσερις δείκτες σχετικά με θέματα ESG (Περιβάλλοντος, Κοινωνίας, Εταιρικής Διακυβέρνησης): FTSE4Good, VIGEO-EIRIS Best Emerging Market Performers, “Prime” Corporate ESG Performance από ISS-ESG, MSCI ESG Research, καθώς και στο διεθνή δείκτη CDP για θέματα Κλιματικής Αλλαγής και στο δείκτη 2020 Bloomberg LP Gender-Equality Index (GEI), που αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους επιχειρηματικούς δείκτες για θέματα ισότητας και προώθησης της θέσης των γυναικών στο εργασιακό περιβάλλον.



DIGITAL TRANSFORMATION ή ΟΝΕΙΡΟ ΘΕΡΙΝΗΣ ΝΥΚΤΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ;

Της Αφροδίτης Κράβαρη *

Από τη βιομηχανική στην ψηφιακή επανάσταση, ένα διαδικτυο δρόμος.

Η ευρεία και ταχύτατη ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών έχει παίξει αδιαμφισβήτητη πρωτεύοντα ρόλο στην παγκοσμιοποίηση της επικοινωνίας, στον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων και στη δημιουργία ενός μεγαλεπήβολου σχεδίου της ΕΕ για τη διαμόρφωση του ψηφιακού μέλλοντος της Ευρώπης.

Αυτό είναι το ιδεατό μοντέλο.

Και μέσα σε αυτό το μοντέλο, το τοπίο της επικοινωνίας (διαπροσωπικής, ενδοεταιρικής, επιχειρησιακής) αναγεννιέται φορώντας το μανδύα της αλληλεπίδρασης, της εμπειρίας και της διαμεσολάβησης.

Όμως, όσο κι αν η Ευρώπη μιλά για υπερταχεία ευρυζωνική συνδεσιμότητα, τεχνητή νοημοσύνη, επιμόρφωση σε ψηφιακές δεξιότητες, καταπολέμηση της παραπληροφόρησης και ενίσχυση της αξιοπιστίας του περιεχομένου, προστασία από κυβερνοπειλές (λειτουργικό, παραβιάσεις κ.ά.) & προστασία/ διαχείριση μεγάλου όγκου δεδομένων, λίγες χώρες φαίνεται να οικειοποιούνται το ανοίκειο ψηφιακό φαινόμενο. Οι περισσότερες, στο πλαίσιο της αυτοεκπληρούμενης προφητείας, βρίσκονται ακόμα μακριά από την επιτυχημένη αξιοποίηση δεδομένων, τεχνολογίας και υποδομών.

Η ΕΕ έχει σταχυολογήσει τις καλύτερες πρακτικές στρατηγικής, που όμως φυλλορροούν μπροστά στα χαμηλά επίπεδα ψηφιακής ωριμότητας στο σύνολο της κοινωνίας, ιδίως για τη χώρα μας. Σημαντική πρόκληση αποτελεί για την Ελλάδα και τις μικρές επιχειρήσεις η υιοθέτηση προηγμένων ψηφιακών τεχνολογιών, καθώς παραμένει στις χαμηλότερες θέσεις στην Ευρώπη (27η σε επίπεδο ΕΕ-28, European Commission, 2020).

Τι τελικά συμβαίνει στο εσωτερικό της χώρας μας, τι δείχνουν οι έρευνες και τα νούμερα και πόσο ουσιαστικά έχει επέλθει η ποιοτική μεταβολή στην επικοινωνία και στη διαχείριση του περιεχομένου;

Προσωπικά θεωρώ πως βρισκόμαστε μόνο στην εκκίνηση και μερικές φορές ούτε εκεί, αν διαβάσω ή συγκρίνω μελέτες με άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Οι φανφάρες για τον ψηφιακό μετασχηματισμό διακατέχονται από μεγάλη και επικίνδυνη ίσως αμετροέπεια, καθώς δεν λαμβάνονται υπόψη στοιχειώδεις αρνητικές παράμετροι που ισχύουν στο υπάρχον ελληνικό επιχειρησιακό γήπεδο: χαμηλός βαθμός κατανόησης ψηφιακού μετασχηματισμού, ψηφιακής επάρκειας και προσαρμογής, απουσία συγκεκριμένης ψηφιακής στρατηγικής, αδυναμίες και oligωρίες στο σχεδιασμό & υλοποίηση έργων και εκτεταμένη ψηφιακή στέρση (Εκθεση ΙΚΕ ΓΣΕΒΕΕ, 2020).

Το διαρκώς μεταλλασσόμενο και εξελισσόμενο ψηφιακό περιβάλλον έχει αλλάξει, σε σχέση με το παρελθόν, συνήθειες, συνδεσιμότητα, επικοινωνίες και διαχείριση περιεχομένου, αλλά δεν έχει επέλθει εξέλιξη σε συλλογικό επίπεδο πέρα από μικρά, διστακτικά βήματα αναδιαμόρφωσης ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

Ποιο είναι το διαπρύσιο αφήγημα της επικοινωνίας;

Η παραδοσιακή μορφή επικοινωνίας πνέει τα λοίσθια και το ερώτημα είναι κατά πόσο πολίτες και επιχειρήσεις είμαστε διατεθειμένοι για ψηφιακή σύγκλιση, ψηφιακή επιμόρφωση και ψηφιακή αναβάθμιση. Food for thought.

* Η Αφροδίτη Κράβαρη είναι επικοινωνιολόγος, Digital Strategist και Brand Architect.

WIND

5G ΚΑΙ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΤΟ ΚΛΕΙΔΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ



Νίκος Μπάμπης, Γενικός Διευθυντής Πληροφορικής και Μετασχηματισμού της WIND Ελλάς

PAGE
—
11

Σε έναν κόσμο ο οποίος αλλάζει ραγδαία, λόγω των εξελίξεων που φέρνει η «4η Βιομηχανική Επανάσταση», η ανάπτυξη των δικτύων νέας γενιάς σε κινητές και σταθερές επικοινωνίες και οι μεγάλες επενδύσεις των προηγούμενων ετών από τους τηλεπικοινωνιακούς παρόχους αναδεικνύονται σε εθνικής σημασίας υποδομές για τη χώρα. Η εξελισσόμενη υγειονομική κρίση, εξαιτίας του COVID-19, κατέστησε σαφές ότι η συνδεσιμότητα είναι ο στυλοβάτης της επικοινωνίας, της εργασίας, της εκπαίδευσης, της υγείας και της οικονομίας σε μια περίοδο που κάθε κανονικότητα έχει ανατραπεί.

Η λέξη κλειδί για το παρόν και το μέλλον είναι οι επενδύσεις σε όλο το φάσμα της οικονομίας και των κοινωνικών θεσμών, με τις νέες τεχνολογίες να επιβάλουν ραγδαία τον ψηφιακό μετασχηματισμό και τη μετάβαση σε μια νέα εποχή, όπου το Διαδίκτυο και οι υψηλές ταχύτητες πρόσβασης θα δημιουργήσουν μια νέα πραγματικότητα. Οι τηλεπικοινωνίες, ο κατ' εξοχήν κλάδος εντάσεως επενδύσεων, έχει ήδη προετοιμαστεί για τον επόμενο κύκλο ανάπτυξης υποδομών, με τη δημιουργία των δικτύων κινητής τηλεφωνίας 5ης γενιάς (5G).

Η Ελλάδα φαίνεται αποφασισμένη να μη χάσει το τρένο της ανάπτυξης, έχοντας προγραμματίσει τη δημοπρασία του φάσματος για την ανάπτυξη δικτύων 5G και την ολοκλήρωση της διαδικασίας μέσα στο Δεκέμβριο, δημιουργώντας στέρεες βάσεις για το μέλλον της ως μια ψηφιακά έτοιμη χώρα. «Οι πάροχοι που θα συμμετέ-

χουν στη δημοπρασία για την εκχώρηση του φάσματος διαθέτουν τα απαιτούμενα κεφάλαια όχι μόνο για το τίμημα που θα κληθούν να καταβάλουν στο ελληνικό δημόσιο, αλλά και για να υποστηρίξουν τις σημαντικές επενδύσεις της επόμενης πενταετίας, ώστε να καταστεί το 5G διαθέσιμο σε όλους τους Έλληνες και σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα», αναφέρει ο κ. Νίκος Μπάμπης, Γενικός Διευθυντής Πληροφορικής και Μετασχηματισμού της WIND Ελλάς.

Ο βηματισμός των παρόχων αναμένεται ταχύς, καθώς επιδιώκεται μέχρι το 2023 να υπάρχει 60% πληθυσμιακή κάλυψη σε 5G δίκτυα και υπηρεσίες, με το ποσοστό αυτό να αυξάνεται στο 90% στο τέλος της πενταετίας. Η WIND Ελλάς ήδη προετοιμάζεται εντατικά, έχοντας δεσμεύσει κεφάλαια ύψους 500 εκατ. ευρώ για επενδύσεις σε 5G και νέας γενιάς δίκτυα την επόμενη πενταετία.

Η εταιρεία σχεδιάζει μέσα στο α' τρίμηνο του 2021 να διαθέσει τις πρώτες εμπορικές υπηρεσίες 5G στους συνδρομητές της, αρχής γενομένης από τα μεγάλα αστικά κέντρα της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης. «Η ανάπτυξη των δικτύων 5G και η δημιουργία ενός οικοσυστήματος εταιρειών και εφαρμογών γύρω από αυτή την τεχνολογία θα επιταχύνει τον ψηφιακό μετασχηματισμό της χώρας, με πολλαπλασιαστικά οφέλη για την οικονομία, όπως είναι η βιώσιμη ανάπτυξη και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, ενώ θα συμβάλει καθοριστικά και στη γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος», σημειώνει ο κ. Μπάμπης.



ΤΕΛΙΚΑ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΚΑΛΕΣ ΙΔΕΕΣ;

Του Στέλιου Ηλιάκη *

Ζούμε σε μία εποχή που συνέχεια ακούμε κάτι νέο, κάτι καινοτόμο. Είναι πολλές φορές επίσης που κάποιος φίλος ή γνωστός μου λέει «και εγώ το είχα σκεφτεί αυτό πριν χρόνια». Τελικά υπάρχουν καλές ιδέες; Τι είναι αυτό που ξεχωρίζει τελικά σε μία νέα επιχειρηματική προσπάθεια; Πρέπει να φοβάμαι μη μου κλέψουν την ιδέα;

Ευτυχώς ή δυστυχώς δεν υπάρχουν ξεκάθαρες απαντήσεις σε όλα τα παραπάνω και θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε τη στατιστική και τις πιθανότητες για να σταθμίσουμε το ρίσκο και τα οφέλη των επιλογών μας. Αυτό που σίγουρα θα μπορούσα να πω είναι ότι μία καλή ιδέα έχει μηδενική αξία αν δεν γίνει πράξη. Ο κόσμος έχει ανάγκη όχι από ιδέες αλλά από ανθρώπους και ομάδες που υλοποιούν και φέρνουν εις πέρας ένα project. Η υλοποίηση είναι πολύ σημαντικότερη από την ιδέα και τις περισσότερες φορές μία μέτρια ιδέα με μία εξαιρετική υλοποίηση θα γίνει μία εξαιρετική εταιρεία ενώ το αντίθετο δεν συμβαίνει.

Υπάρχουν θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας και πατεντών; Φυσικά και υπάρχουν! Στις περισσότερες όμως περιπτώσεις, οι νέοι επιχειρηματίες που θέλουν να ιδρύσουν μια Startup, το λιγότερο που θα πρέπει να τους ενδιαφέρει είναι αν κάποιος θα τους κλέψει την ιδέα. Θα πρέπει να δουλέψουν πολύ, να σκεφτούν εναλλακτικές, να δοκιμάσουν το προϊόν ή την υπηρεσία τους, να έρθουν κοντά με την αγορά, να φτιάξουν μία ισχυρή ομάδα, να επαναπροσδιορίσουν το πλάνο τους και πολλές άλλες δράσεις. Όταν πλέον κάτι έχει προχωρήσει και αρχίζει να έχει traction μπορούμε να συζητήσουμε επόμενα βήματα που έχουν να κάνουν με την διασφάλιση της ιδέας. Η στάθμιση του κινδύνου λέει ότι αξίζει το ρίσκο να επικοινωνήσω και να μοιραστώ την ιδέα μου, να πάρω feedback, να επικεντρωθώ στην ουσία του project και όχι στα τυπικά και στα διαδικαστικά μέρη. Αν πραγματικά αξίζω εγώ και η ομάδα μου θα καταφέρουμε με ένα καλό πλάνο υλοποίησης να κυριαρχήσουμε στον εκάστοτε χώρο. Η τάση να κρύβουμε τα μυστικά μας, τα πρώιμα non disclosure agreements κτλ δείχνουν έλλειψη seniority και αυτοπεποίθησης.

Η επιχειρηματικότητα είναι συνυφασμένη με το κέρδος, η σύγχρονη όμως επιχειρηματικότητα είναι συνυφασμένη με τη δημιουργία και την προσφορά. Μόνο έτσι μπορεί να έρθει η επιτυχία. Επιτυχία χωρίς επικοινωνία, χωρίς να σχετιζόμαστε και να ζημωθούμε δύσκολα υπάρχει. Ακόμα και στις περιπτώσεις που είναι πολύ πιο σημαντική η απόκριση κάποιων χαρακτηριστικών ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας (όπως είναι μία hard science Startup) θα πρέπει οι founders να σταθμίσουν τι έχουν να χάσουν και τι να κερδίσουν από την ανοιχτή (στο μέτρο του δυνατού) αντιμετώπιση της υπόλοιπης αγοράς, των συνεργατών και του ευρύτερου οικοσυστήματος.

* Ο Στέλιος Ηλιάκης είναι General Manager της Slead και Partner στο κεφάλαιο επιχειρηματικών συμμετοχών Uni.Fund.

OPEN INNOVATION ΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ

Του Μιχάλη Ψαλλίδα *



Πρόσφατα ολοκληρώσαμε με το Demo Day, που έγινε στις 11 Νοεμβρίου, τους δύο πρώτους κύκλους του προγράμματος καινοτομίας Visa Innovation Program για την Ελλάδα και την Κύπρο. Ξεκινήσαμε το πρόγραμμα αρχές του 2019 για την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ της Visa, των τραπεζών και των fintech Startups με στόχο την ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων για ψηφιακές πληρωμές και οικονομικές συναλλαγές.

Η πανδημία και το πρώτο lockdown μας έπιασε στη μέση του προγράμματος, με αποτέλεσμα να οργανώσουμε το 2ο κύκλο με χρήση ψηφιακών εργαλείων απομακρυσμένης συνεργασίας. Βιώσαμε και εμείς τις συνέπειες της πανδημίας, οι οποίες φυσικά είναι τραγικές για τους ανθρώπους και την οικονομία. Μέσα σε όλες αυτές τις συνέπειες, παρατηρούμε όλοι μικρές εξαιρέσεις, όπως είναι η επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού. Είδαμε ότι η αλλαγή από το φυσικό κόσμο στον ψηφιακό επιτάχυνε την εξέλιξη των εταιρειών στο πρόγραμμα, αύξησε τις συνεργασίες και οδήγησε σε μια πιο αποτελεσματική διαδικασία.

Η παρούσα συγκυρία της πανδημίας σίγουρα δημιουργεί προβλήματα στη λειτουργία πολλών επιχειρήσεων και στην οικονομία γενικότερα. Από την άλλη πλευρά όμως, είναι αφορμή για τη δημιουργία νέων υπηρεσιών, προϊόντων, την αλλαγή παραδοσιακών επιχειρηματικών μοντέλων και γενικότερα αλλαγή στον τρόπο που εργαζόμαστε, διασκεδάζουμε και ζούμε. Βλέπουμε γύρω μας μια μεγάλη επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού σε επιχειρήσεις και φορείς, στο δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα και σίγουρα εκεί κρύβονται ευκαιρίες.

Η συμμετοχή μιας ομάδας σε προγράμματα επιχειρηματικής επιτάχυνσης ή μαραθωνίου καινοτομίας και με την παροχή εξειδικευμένου mentoring, coaching και άλλων πόρων, συμβάλλει να αναπτύξουν μια ιδέα που θα έχει ανταπόκριση στις σημερινές προκλήσεις, θα ενισχύει το ομαδικό και συνεργατικό τους πνεύμα και έτσι να προκύψουν παραγωγικές συνεργασίες.

Ο βασικός σκοπός των δράσεων ανοιχτής καινοτομίας είναι η δημιουργία δομών και λειτουργίας καινοτομίας για τον ψηφιακό μετασχηματισμό, με πρώτο μοχλό έναν δυναμικό πυρήνα κινητοποίησης και υποβοήθησης ομάδων νέων που αναπτύσσουν και εφαρμόζουν καινοτόμα προϊόντα, ιδέες και υπηρεσίες με άμεση εφαρμογή στο μέλλον. Και αυτό έχει ιδιαίτερη αξία σε περιόδους ραγδαίων αλλαγών όπως αυτή που ζούμε.

Οι δράσεις ανοιχτής καινοτομίας δημιουργούν οφέλη για τις επιχειρήσεις και τους φορείς που συμμετέχουν, καθώς δημιουργείται δομημένη λειτουργία «open innovation» (OI) για την ενδοεπιχειρησιακή καινοτομία, αναπτύσσονται και παρουσιάζονται καινοτόμες εφαρμογές σχετικές με τις λειτουργίες μιας επιχείρησης, αναπτύσσονται συνεργασίες με επιχειρηματικούς επιταχυντές, οικοσυστήματα νεοφυών επιχειρήσεων, και παρεμφερείς πρωτοβουλίες, εδραιώνονται ως υποστηρικτές της νεανικής, νεοφυούς και καινοτόμου επιχειρηματικότητας και ενισχύεται η επικοινωνία των βασικών αξιών και του έργου τους προς την κοινωνία.

*** Ο Μιχάλης Ψαλλίδας είναι συνιδρυτής και Managing Director της Crowdpolicy.**

MARATHON FUND II: 40 ΕΚΑΤ. ΕΥΡΩ ΓΙΑ ΕΛΛΗΝΕΣ ΙΔΡΥΤΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

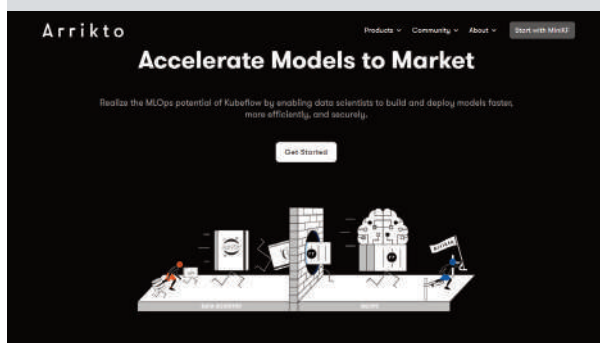
Την έναρξη λειτουργίας του Marathon Fund II, ενός νέου fund ύψους 40 εκατομμυρίων ευρώ, ανακοίνωσε μέσα στο Νοέμβριο η Marathon VC, επισημαίνοντας ότι τα κεφάλαια πρόκειται να διατεθούν σε φιλόδοξους Έλληνες ιδρυτές εταιρειών τεχνολογίας παγκόσμιας κλάσης, και μάλιστα άμεσα.

Στους συμμετέχοντες του Marathon Fund II συγκαταλέγονται θεσμικοί επενδυτές, όπως το EIF (European Investment Fund) και η EATE (Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων, πρώην ΤΑΝΕΟ), καθώς επίσης και ένας διαρκώς αυξανόμενος αριθμός εταιρικών και ιδιωτών επενδυτών από όλο τον κόσμο, όπως για παράδειγμα η Intrisoft. Ιδιαίτερης μνείας χρήζει η συμμετοχή ολοένα και περισσότερων επιτυχημένων ιδρυτών ως επενδυτών, οι οποίοι ολοκληρώνουν τον κύκλο του οικοσυστήματος.

Όπως αναφέρεται στη σχετική ανακοίνωση, η επενδυτική στρατηγική της Marathon παραμένει η ίδια. Το fund θα ηγείται σε γύρους αρχικού σταδίου (seed), επενδύοντας τυπικά ποσά ύψους 1-1,5 εκατ. ευρώ για συμμετοχή 15-20% σε κάθε εταιρεία. Σε επόμενους γύρους χρηματοδότησης, η Marathon πρόκειται να επενδύει σημαντικά ποσά ξανά, διατηρώντας το ποσοστό συμμετοχής της στην εταιρεία.



ARRIKTO: ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ 10 ΕΚΑΤ. ΔΟΛΑΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ STARTUP ΠΟΥ «ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΕΙ» ΤΟ MACHINE LEARNING



Η Arrikto, μια Startup με έδρα την Αθήνα και γραφεία στη Silicon Valley, η οποία προσφέρει εργαλεία για γρήγορη και ευέλικτη ανάπτυξη εφαρμογών υπολογιστικής μάθησης (Machine Learning) για επιχειρήσεις, οργανισμούς και επιστήμονες δεδομένων, ανακοίνωσε πρόσφατα μια επένδυση πρώτου γύρου ύψους 10 εκατ. δολαρίων, με την Unsual Ventures να ηγείται. Ο John Vryonis, Managing Partner της Unsual Ventures, θα συμμετέχει στο διοικητικό συμβούλιο της εταιρείας.

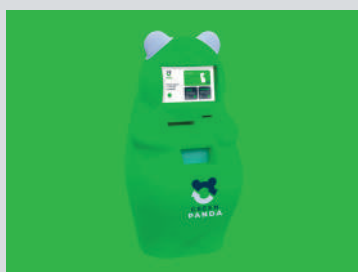
«Η τεχνολογία της Arrikto βοηθά τις εταιρείες να ξεπεράσουν την περιπλοκότητα της υλοποίησης και της διαχείρισης εφαρμογών υπολογιστικής μάθησης», εξηγεί ο διευθύνων σύμβουλος και συνιδρυτής της Arrikto Κωνσταντίνος Βενετσάνοπουλος και συνεχίζει: «Κάνουμε εξαιρετικά εύκολο να δημιουργηθούν από άκρη σε άκρη “αγωγοί” υπολογιστικής μάθησης. Πιο συγκεκριμένα, διευκολύνουμε την κατασκευή, την εκπαίδευση, την ανάπτυξη μοντέλων Machine Learning χρησιμοποιώντας τον πιατφόρμα Kubernetes και την έξυπνη διαχείριση όλων των δεδομένων γύρω από αυτήν». Η Arrikto στοχεύει επίσης στη μείωση των τεχνικών εμποδίων που εξακολουθούν να καθιστούν την εφαρμογή της υπολογιστικής μάθησης αρκετά δύσκολη υπόθεση για τις περισσότερες επιχειρήσεις.



ΞΕΚΙΝΑ Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΠΑΡΚΟΥ THESSINTEC

«Το ThessIntec ξεκινάει το ταξίδι του. Με τη διάταξη που φέραμε στο Κοινοβούλιο, ξεπεράσαμε και το τελευταίο γραφειοκρατικό εμπόδιο που είχε απομείνει για να ξεκινήσει το ThessIntec στη Θεσσαλονίκη, ένα υπερσύγχρονο Τεχνολογικό Πάρκο 4ης γενιάς», ανακοίνωσε πρόσφατα ο υφυπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων Χρίστος Δήμας. Σύμφωνα με τον υφυπουργό, το νέο τεχνολογικό πάρκο, το οποίο θα δημιουργηθεί σε μία ανεκμετάλλευτη έκταση 760 στρεμμάτων στο Δήμο Θερμαϊκού στη Θεσσαλονίκη, πρόκειται να προσελκύσει εταιρείες που επενδύουν σε Κέντρα Έρευνας & Ανάπτυξης (R&D), Τεχνοβλαστούς από ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια και νεοφυείς επιχειρήσεις. Όλα αυτά θα διαμορφώσουν ένα πρωτότυπο οικοσύστημα καινοτομίας στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης, μετατρέποντας τη σε τεχνολογικό κόμβο των Βαλκανίων και της νοτιοανατολικής Ευρώπης. Παράλληλα, με την ολοκλήρωση του project, αναμένεται να παραχθούν νέες, ποιοτικές και καλά αμειβόμενες θέσεις εργασίας, ενώ θα συμβάλει καθοριστικά στην αντιστροφή του brain drain.

Η GREEN PANDA «ΣΗΚΩΣΕ» 1,5 ΕΚΑΤ. ΕΥΡΩ ΓΙΑ ΝΑ «ΜΑΘΕΙ» ΣΤΟΥΣ ΕΛΛΗΝΕΣ ΝΑ ΑΝΑΚΥΚΛΩΝΟΥΝ SMARTPHONES



Η Green Panda, η εταιρεία που επιβραβεύει τους χρήστες για να ανακυκλώνουν τα Smartphones τους, εξασφάλισε 1,5 εκατ. ευρώ στον πρώτο γύρο χρηματοδότησής της.

Η εταιρεία - επιχειρηματικό δημιούργημα του Φάνη Κουτουβέλη (Intale) και του Άλεξ Βρατσικόδη (Persado & Upstream), έχει λάβει τρεις διεθνείς πατέντες ευρεσιτεχνίας σε Αμερική και Ευρώπη και έχει ήδη καταφέρει να ανακυκλώσει χιλιάδες Smartphones μέσα στο 2020, πολλά από τα οποία μέσω της συνεργασίας της με την AB Βασιλόπουλος. Η διαδικασία που ακολουθεί η εταιρεία για την ανακύκλωση είναι αυτόματη και διαρκεί λιγότερο από τρία λεπτά: Το Smartphone τοποθετείται μέσα στο Green Panda ATM, όπου γίνεται η αυτόματη αναγνώριση του μοντέλου και της κατάστασης του κινητού και υπολογίζεται η αξία του. Αν ο κάτοχος επιθυμεί να προχωρήσει στην ανακύκλωση, εισάγει το IBAN του και το Green Panda τον επιβραβεύει με την αξία επιτόπου, διαφορετικά επιλέγει το «Έξοδος» και παίρνει πίσω τη συσκευή του.

Ο Seed γύρος χρηματοδότησης της Green Panda ξεκίνησε τον Ιούνιο και ολοκληρώθηκε το Σεπτέμβριο, με επικεφαλής κυρίως angel investors από τη Β. Αμερική και την Ευρώπη. Σύμφωνα με την ομάδα, τα κεφάλαια θα επενδυθούν, σε πρώτη φάση, στην ανάπτυξη της εταιρείας στην ελληνική αγορά και στόχος είναι να τοποθετηθούν άμεσα τα πρώτα 40 Green Panda ATM εντός των σουπερ μάρκετ τόσο στην Αθήνα όσο και στη Θεσσαλονίκη. Η χρηματοδότηση θα επιτρέψει επίσης στην Green Panda να αναπτύξει και δεύτερη έκδοση της τεχνολογίας της, ώστε να παρουσιάσει στην αγορά ATM μικρότερων διαστάσεων, καθώς και να μειώσει το κόστος παραγωγής των ATM, με στόχο να αποκτήσει επιπλέον ευελιξία στην ανάπτυξη πανευρωπαϊκού δικτύου.

ALPHA BANK

ΕΝΑ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ALPHA BANK

Το 2020 αποδεικνύεται ένα σημαντικό έτος για την καινοτομία στην Alpha Bank, η οποία συνεχίζει σταθερά να επενδύει στην ανάδειξη πρωτοποριακών ιδεών, παρά τη δύσκολη συγκυρία. Ο 2ος εσωτερικός διαγωνισμός νέων ιδεών της Τράπεζας i3 έχει ήδη ολοκληρωθεί με επιτυχία, ενώ στην τελική φάση του βρίσκεται και ο Accelerator του διεθνούς διαγωνισμού FinQuest, με τη συμμετοχή 7 νεοφυών επιχειρήσεων από 7 διαφορετικές χώρες!

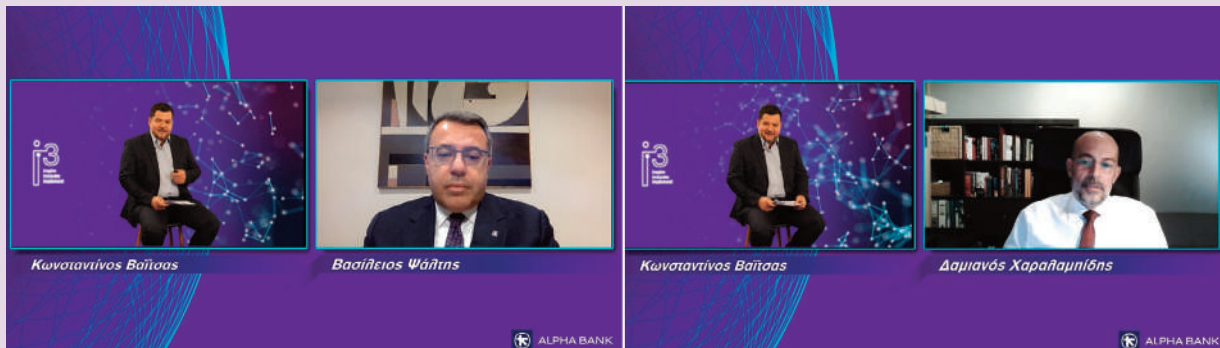


FINQUEST BY ALPHA BANK 2020

Εξωστρέφεια, καινοτομία, αναζήτηση και διάθεση για διαρκή εξέλιξη. Όλες αυτές οι έννοιες αποτελούν αναπόσπαστα στοιχεία του DNA και του φετινού FinQuest by Alpha Bank 2020, με 7 ομάδες/νεοφυείς επιχειρήσεις, από 7 διαφορετικές χώρες, να έχουν ήδη ενταχθεί στον Accelerator των 5 εβδομάδων που οδηγεί στο τελικό Pitch-Event. Στόχος του Accelerator είναι οι προτάσεις των ομάδων να εξελιχθούν σε καινοτόμα προϊόντα, εφαρμογές και υπηρεσίες που μπορούν να βελτιώσουν ακόμα περισσότερο το Customer Experience.

Ο Accelerator εγκαινιάστηκε ψηφιακά με ένα ιδιαίτερα εποικοδομητικό Bootcamp, που ξεκίνησε με την ομιλία του Κωνσταντίνου Βαϊτσα, Head of Innovation της Alpha Bank, ο

οποίος τόνισε την ανάγκη του διαρκούς επαναπροσδιορισμού των επιχειρηματικών μοντέλων, των προσεγγίσεων, των προϊόντων και των υπηρεσιών, πάντοτε με στόχο τη βέλτιστη δυνατή εξυπηρέτηση των Πελατών. Το ψηφιακό event συνεχίστηκε με μια σύντομη παρουσίαση από τον Νεόφυτο Κολοκοτρώνη του Found.ation και, κατόπιν, με την παρουσίαση του Δρος Περικλή Θηβαίου (Co-founder, True North Partners LLP), με τίτλο "Innovative technologies in Financial Services – Myths and Principles". Ακολούθησαν η παρουσίαση του Βαγγέλη Σακελλίου (Director, Business Development & Marketing for EMEA, FinIQ), με τίτλο "Creating Value for your Customer" και η ομιλία του Κώστα Μνίσσα (Service Design and User Research, Found.ation), με τίτλο "Service Design in the Era of User Centricity".



Στη συνέχεια, οι 7 ομάδες παρουσίασαν τις εφαρμογές με τις οποίες προκρίθηκαν στον Accelerator. Τέλος, στην ενδιαφέρουσα ομιλία του Γιώργου Κουρκουτά (Editor in Chief, Startupper.gr & Startupper Mag), με τίτλο “Startups & Corporates and the role of media”, διατυπώθηκαν ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις για τις συνέργειες μεταξύ μεγάλων οργανισμών και νεοφυών επιχειρήσεων καθώς και για τον κομβικό ρόλο των media στην ανάπτυξη των εταιρειών Startup.

Το event ολοκληρώθηκε με μια συζήτηση ανάμεσα στον Χρήστο Ανδρέικο (Partner, Foundation) και τον Petter Hederstedt (Founder & CEO, Followed, ex-Universal Avenue), οι οποίοι ανέλυσαν τη σημασία του σωστού timing καθώς και την αξία της έγκαιρης και ορθής στελέχωσης με ανθρώπους που έχουν την τεχνογνωσία και τη διάθεση συνεισφοράς, προκειμένου το εκάστοτε εγχείρημα να στεφθεί με επιτυχία.

Οι 7 ομάδες βρίσκονται ήδη στην τελική ευθεία της προετοιμασίας τους και λαμβάνουν mentoring από επιλεγμένους μέντορες με στόχο την περαιτέρω εξέλιξη της εφαρμογής τους, ενόψει του τελικού Pitch-event, το οποίο θα διεξαχθεί ψηφιακά στις 9 Δεκεμβρίου. Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε το www.finquest.gr.

ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ALPHA BANK i3 2020

Ο δεύτερος διαγωνισμός καινοτομίας και νέων ιδεών i3 ολοκληρώθηκε με ένα αμιγώς ψηφιακό Pitch-Event. Αναδείχθηκαν 3 νικήτριες ομάδες, που αξιολογήθηκαν από την κριτική επιτροπή καθώς και από τους συναδέλφους τους, που είχαν φέτος για πρώτη φορά τη δυνατότητα ψηφοφορίας, μέσω του νέου Co-Worker Award. Το online event παρακολούθησαν ζωντανά περισσότεροι από 600 εργαζόμενοι από όλη την Τράπεζα.

Μεγάλη νικήτρια αναδείχθηκε η ομάδα των Νικόλαου Κότσαρη, Μαρίας Μανώλη, Χριστίνας Σελεμίδου και Παντελή Χατζηκωνσταντίνου με μία εφαρμογή η οποία αποσκοπεί στη βελτίωση της εμπειρίας των ανθρώπων με ειδικές ανάγκες. Τη δεύτερη θέση κατέλαβε η ομάδα της Μαρίας Δανίδου και της Σοφίας Γεωργιάδου που πρότείνει μια πρωτοποριακή μέθοδο μέτρησης της ικανοποίησης του Πελάτη. Την τρίτη θέση κατέκτησε η ομάδα της Δήμητρας Κολέτσου και του Κωνσταντίνου Μερκούρη με πρόταση για την ψηφιοποίηση και διεκπεραίωση επιταγών.

«Ο διαγωνισμός i3 προάγει έμπρακτα την καινοτομία, που αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο του ψηφιακού μετασχηματισμού της Alpha Bank», επεσήμανε ο CEO του Ομίλου **Βασίλειος Ψάλτης**, κατά το σύντομο χαιρετισμό που απηύθυνε στο Pitch-Event του εσωτερικού διαγωνισμού καινοτομίας και νέων ιδεών i3. Ο κ. Ψάλτης τόνισε ότι η Τράπεζα χρησιμοποιεί νέα ψηφιακά εργαλεία συνεργασίας «που μας επιτρέπουν να διατηρήσουμε υψηλά επίπεδα παραγωγικότητας και να ανακαλύψουμε νέους τρόπους επικοινωνίας ως ενεργά μέλη της οικογένειας της Alpha Bank». Ανέφερε επίσης ότι η μεγάλη συμμετοχή στο φετινό διαγωνισμό «είναι ένα αισιόδοξο μήνυμα για μία Τράπεζα που αναγνωρίζει την απόδοση και κινητοποιεί το Προσωπικό της προσφέροντάς του ευκαιρίες ανάδειξης, μέσα σε ένα περιβάλλον εργασίας που προωθεί το δημιουργικό πνεύμα και αναζητά τρόπους να γίνεται ολοένα και πιο αποδοτικό».

Σύμφωνα με τον **Δαμιανό Χαραλαμπίδη**, Chief Digital Officer της Alpha Bank, «η καινοτομία είναι ο μηχανισμός που κινεί και τροφοδοτεί τη νέα κουλτούρα και τις επιμέρους διαδικασίες για τη διαρκή βελτίωσή μας και τη δημιουργία προϊόντων και υπηρεσιών που στοχεύουν σε ένα νέο, καλύτερο Customer Experience. Εκ του αποτελέσματος έχει αποδειχθεί πόσο σημαντικό είναι να συνεχίσουμε διαρκώς να επενδύουμε στις νέες ιδέες».



MICROSOFT FOR STARTUPS

Με το σύνθημα «sky is the limit», η Microsoft φέρνει τις ελληνικές Startups πιο κοντά στην παγκόσμια επιτυχία.



Είναι γεγονός: Μετά την «άφιξη» του πρώτου Data Center της Microsoft στην Ελλάδα, σειρά έχει το πρόγραμμα «Microsoft for Startups» που έρχεται να ενισχύσει τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις αλλά και να δώσει άλλη μια «ψήφο εμπιστοσύνης» στις προοπτικές της καινοτομίας στη χώρα μας.

Ο **Αλμπέρτος Μπουρλός**, Διευθυντής Πωλήσεων Εμπορικών Συνεργατών & Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, της Microsoft Ελλάδας, Κύπρου και Μάλτας, «αυστίνει» το πρόγραμμα στο Startupper MAC, και δίνει στο ελληνικό κοινό μια «γεύση» από τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα – μαζί με τις σημαντικότερες πληροφορίες που πρέπει να γνωρίζει.

S.M. Η Microsoft είναι πολύ ενεργή στο χώρο των Startups και της καινοτομίας, μπορείτε να μας αναφέρετε συνοπτικά πώς προσεγγίζετε το θέμα ως εταιρεία;

A. Μπουρλός: Η Microsoft, σε παγκόσμιο επίπεδο, έχει δαπανήσει πάνω από 500 εκατομμύρια δολάρια την τελευταία διετία για την υποστήριξη νεοφυών επιχειρήσεων. Πιστεύουμε ότι με την κατάλληλη υποστήριξη μία Startup μπορεί να κάνει σπουδαία πράγματα. Το Πρόγραμμα Microsoft for Startups θεμελιώθηκε πάνω σε αυτή τη φιλοσοφία: τη διάθεσή μας να ανοίξουμε πόρτες στις καλές ιδέες. Θα έλεγα επιγραμματικά ότι το Πρόγραμμα αυτό προτρέπει τις ελληνικές Startups με



πνεύμα «dream big» και «sky is the limit» καθώς η υποστήριξη της Microsoft μπορεί να αποτελέσει εκφαλτήριο για ένα παγκόσμιο success story.

S.M. Οι Startups είναι φορέας καινοτομίας και οικονομικής ανάπτυξης σε πολλούς τομείς αλλά και για την ίδια τη χώρα όπου δραστηριοποιούνται και αναπτύσσονται. Μπορείτε να μας πείτε πώς η Microsoft μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη αυτή;

A. Μπουρλάς: Η ενίσχυση του Προγράμματος Microsoft for Startups στην Ελλάδα τη δεδομένη χρονική στιγμή δείχνει την εμπιστοσύνη μας στο ταλαντούχο ανθρώπινο δυναμικό και τους developers της χώρας. Η Microsoft διεθνώς θεωρεί το skilling κλειδί για την ανάπτυξη και την επιτυχημένη μετάβαση στην ψηφιακή οικονομία. Πάντα ήμασταν κοντά στις Startups, ωστόσο τη δεδομένη χρονική στιγμή, η υποστήριξη αυτή μπορεί να γίνει πιο ουσιαστική. Με τη δημιουργία Data Center στην Ελλάδα, οι cloud υποδομές που προσφέρει η Microsoft μπορούν να τροφοδοτήσουν τις καινοτόμες νεοφυείς επιχειρήσεις με τη δυναμική που χρειάζονται για τη διεθνή τους επέκταση.

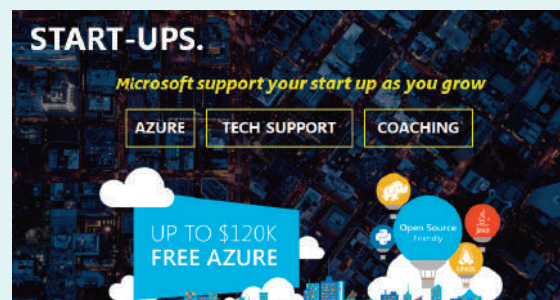
S.M. Μπορείτε να μας πείτε πώς θα λειτουργήσει το Πρόγραμμα Microsoft for Startups και ποιες είναι οι βασικές παροχές του; Προσφέρει και κάποιου είδους χρηματοδότηση;

A. Μπουρλάς: Το συγκριτικό μας πλεονέκτημα είναι αναμφίβολα η παγκόσμια υποδομή Azure που προσφέρει ευρεία γεωγραφική κάλυψη. Στο πλαίσιο του Προγράμματος προσφέρουμε έως και 120.000 δολάρια δωρεάν Azure cloud credits. Ακόμα, οι Startups έχουν την ευκαιρία να μπουν στο co-sell πρόγραμμα της Microsoft, και έτσι να εξασφαλίσουν έναν στρατηγικό σύμμαχο στις πωλήσεις τους στο εξωτερικό. Παράλληλα, παρέχουμε πολυεπίπεδη υποστήριξη που περιλαμβάνει και τα ακόλουθα:

- **Πρόσβαση σε τεχνικούς εμπειρογνώμονες** – one to one coaching με Azure Cloud Architects για το σχεδιασμό migration plan και upskilling της ομάδας.
- **Επιχειρηματική υποστήριξη** - Local Startup Engagement Manager (SEM). Πρόσφατα ανακοινώσαμε ότι η Σουζάνα Θεοδωρίδου ανέλαβε το ρόλο του Startup Program Manager για Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα.
- **Co-Marketing Ενέργειες** - κοινές ψηφιακές καμπάνιες, χορηγούμενα άρθρα σε μεγάλα media, case studies video productions.
- **Πρόσβαση σε πελάτες της Microsoft** - οι Startups που θα φτάσουν στην φάση «Co-Sell» θα αποκτήσουν πρόσβαση στο παγκόσμιο πελατολόγιο της Microsoft.

S.M. Πώς μπορεί μια εταιρεία να κάνει αίτηση στο πρόγραμμα και πώς θα υποστηριχθεί η ελληνική κοινότητα των Startups μέσω του προγράμματος;

A. Μπουρλάς: Το Πρόγραμμα απευθύνεται σε νεοφυείς εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε B2B enterprise τομέα, έχουν αναπτύξει τεχνολογία υψηλών προδιαγραφών και έχουν άμεσο στόχο τη διεθνή επέκταση. Οι εταιρείες που πληρούν τις προϋποθέσεις, και με την αντίστοιχη καθοδήγηση από τον local startup program manager, μπορούν να κάνουν αίτηση για να μπουν στο πρόγραμμα. Η υποστήριξη από τοπικό Program Manager εγγυάται ότι σε κάθε βήμα, από την αίτηση συμμετοχής στο Πρόγραμμα μέχρι τις τεχνικές δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίζει μία Startup, το networking, το λανσάρισμα και τις επικοινωνιακές ενέργειες, θα υπάρχει ένα go to person να απαντά ερωτήσεις, να βοηθάει, να επικοινωνεί, να κάνει mentoring και να παρακινεί τις σπουδαίες ιδέες να συνεχίσουν.



S.M. Με αφορμή και την ανακοίνωση της μεγάλης επένδυσης της Microsoft στην Ελλάδα με το Data Center, πώς βλέπετε να προχωρά ο ψηφιακός μετασχηματισμός στην Ελλάδα;

A. Μπουρλάς: Η πρωτοβουλία «GR for Growth» της Microsoft αποτελεί ένα σημαντικό βήμα για την Ελλάδα, με την τεχνολογία να αποτελεί τον καταλύτη για την ανάπτυξη, προσφέροντας σε πολίτες και επιχειρήσεις τα εργαλεία και την εξιδείκευση για να καινοτομήσουν και να ενημερώσουν στην ψηφιακή εποχή. Η δημιουργία Data Center ανοίγει το δρόμο σε εγχώριες επιχειρήσεις κάθε μεγέθους, Startups και φορείς να επωφεληθούν από τις δυνατότητες του Υπολογιστικού Νέφους, διατηρώντας τα υψηλότερα επίπεδα κυβερνοασφάλειας, παραμονής των δεδομένων στη χώρα και κανονιστικής συμμόρφωσης.

S.M. Πρόσφατα είχαμε και άλλες ανακοινώσεις από τη Microsoft στην Ελλάδα, π.χ. τη διάθεση της πλήρους σειράς Surface. Τι άλλο να αναμένουμε στο μέλλον από τη Microsoft στη χώρα μας;

A. Μπουρλάς: Η Microsoft σκοπεύει να δώσει ώθηση στις ψηφιακές δεξιότητες 100.000 επαγγελματιών του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα καθώς και των φοιτητών με απώτερο σκοπό τον ψηφιακό μετασχηματισμό των δημόσιων και ιδιωτικών οργανισμών. Αυτός ο φιλόδοξος στόχος θα επιτευχθεί στα επόμενα πέντε χρόνια, μέσα από ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα τριών επιπέδων που περιλαμβάνει μαθήματα διά ζωής καθώς και ψηφιακά.

realme

MADHAV SHETH (ΜΑΝΤΧΑΒ ΣΕΘ)

Διευθύνων Σύμβουλος realme Ινδίας & Ευρώπης και Αντιπρόεδρος realme

«ΓΙΑ ΤΗ REALME Η ΕΛΛΑΔΑ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ»

Σε μια αποκλειστική συνέντευξη στο STARTUPPER MAG ο CEO της realme Ινδίας & Ευρώπης και νυν αντιπρόεδρος της realme Madhav Sheth, μιλάει για τη φιλοσοφία της πιο νεανικής και ταχύτερα αναπτυσσόμενης εταιρείας Smartphones στον κόσμο, παρουσιάζει το όραμά του για το μέλλον και τις νέες τεχνολογίες, καθώς υπήρξε ένας από τους ιδρυτές της εταιρείας το 2018, και αναλύει τα σχέδιά του για την επέκταση στην Ευρώπη, για τα δίκτυα 5G και την ιδιαίτερη σημασία της Ελλάδας στην παγκόσμια στρατηγική της realme.

Του Σωτήρη Γιαννάτου

Madhav ShethVice President, realme
CEO, realme India & Europe



S.M. Η realme είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη μάρκα κατασκευής Smartphone στον κόσμο σύμφωνα με έρευνα της εταιρείας Counterpoint και μία από τις πιο δημοφιλείς εταιρείες κινητών στην Ινδία καθώς και σε άλλες χώρες παγκοσμίως. Πώς τα καταφέρατε όλα αυτά μέσα σε τόσο μικρό χρονικό διάστημα από την ίδρυση της εταιρείας; Σε λιγότερο από τρία χρόνια...

M. Sheth: Η εταιρεία realme γεννήθηκε το 2018 με σκοπό να ικανοποιήσει τις ανάγκες των νέων καταναλωτών. Είναι μια μάρκα κινητών τηλεφώνων (Smartphone) που προσφέρει συσκευές οι οποίες συνδυάζουν τόσο την ισχυρή απόδοση όσο και το μοντέρνο, trendy, σχεδιασμό στο ευρύτερο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce). Τα βασικά χαρακτηριστικά των προϊόντων του brand μας είναι Νεανικό, Στυλάτο (Stylish), Real και Ξεχωριστό. Όπως δηλώνει και το σλόγκαν μας «τόλμησε το άλμα» (στα αγγλικά, «Dare to Leap»), για να πετύχουμε το βασικό μας στόχο: να προσφέρουμε σε νέους ανθρώπους σε όλο τον κόσμο ένα προϊόν high-end τεχνολογίας και έναν εξαιρετικό σχεδιασμό που θα προσαρμοστεί τέλεια στον τρόπο ζωής τους. Είμαστε ενθουσιασμένοι που το έχουμε επιτύχει αυτό, καθώς είμαστε σήμερα ο 7ος κατασκευαστής Smartphone στην παγκόσμια αγορά, ένα γεγονός που μας κάνει την ταχύτερα αναπτυσσόμενη μάρκα του κόσμου.

Χαιρόμαστε πολύ που η ταχύτατη ανάπτυξή μας παρατηρήθηκε καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Στην περσινή κατάταξη, βρεθήκαμε στο Νο 7 και αξιολογηθήκαμε από την Counterpoint ως η ταχύτερα αναπτυσσόμενη μάρκα Smartphone στον κόσμο. Αν και αναγνωρίζεται ως μία από τις μεγαλύτερες μάρκες, η realme είναι μόλις δύο ετών. Για να εδραιωθούμε στην αγορά, πρέπει να έχουμε ισχυρή θέληση να επιβιώσουμε και να είμαστε πιο φιλόδοξοι από τις άλλες μάρκες. Για παράδειγμα, στην αρχή του έτους, θέσαμε στόχο να έχουμε διπλάσιες πωλήσεις από το 2019. Λόγω της πίεσης για επιβίωση, είμαστε πιο δραστήριοι στην αγορά ώστε να πετύχουμε τους στόχους.

Η ευρωπαϊκή αγορά είναι στρατηγικός στόχος για εμάς και η Ελλάδα είναι μέρος αυτής της στρατηγικής, καθώς δείχνει ήδη σημάδια ραγδαίας ανάπτυξης και αναγνωρισιμότητας της εταιρείας. Για τη realme η Ελλάδα είναι μία από τις πιο σημαντικές αγορές στην Ευρωπαϊκή Ένωση, στην οποία μίσηκαμε μόλις τον Απρίλιο του 2020.

Η επιτυχία μας σε αγορές σε όλον τον κόσμο είναι εφικτή, γιατί έχουμε ανταγωνιστικά προϊόντα που καλύπτουν τις ανάγκες των πελατών. Έχουμε αναπτύξει ένα πολύ δυνατό επιχειρηματικό μοντέλο και χρησιμοποιούμε πάντα στρατηγικές στοχευμένες στην τοποθεσία και τη λειτουργία των αγορών. Τα προϊόντα μας έχουν δυνατή απόδοση αλλά και μοντέρνο σχεδιασμό. Αποτελούν πρωτοποριακά μοντέλα που διαμορφώνουν τις τάσεις, που κάνουν τεχνολογικά άλματα στον τομέα τους και με καλή αναλογία κόστους-απόδοσης.

Για να υποστηρίξουμε την ομαλή διανομή προϊόντων σε κάθε αγορά, δημιουργούμε τοπικές ομάδες με γνώση της τοπικής αγοράς και επιλέγουμε προσεκτικά τοπικούς συνεργάτες για να μας υποστηρίξουν. Για παράδειγμα, γνωρίζουμε ότι οι Ευρωπαίοι πελάτες μας είναι πολύ απαιτητικοί, οπότε μαζί με τους συνεργάτες μας παρέχουμε το ίδιο επίπεδο

εξυπηρέτησης, όπως και οι άλλοι ηγέτες στην αγορά. Επίσης, η επιτυχία της realme βρίσκεται στο επιχειρηματικό μοντέλο «ελαφρύ ενεργητικό, μικρά κανάλια, ισχυρό ηλεκτρονικό εμπόριο».

S.M. Φέτος η realme ξεκίνησε τη διάθεση των προϊόντων της στην Ελλάδα. Πώς θα προσεγγίσετε την ελληνική αγορά, ειδικά σε σχέση με την επικείμενη περίοδο μεγάλης ζήτησης λόγω των εορτών των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς; Ποιός είναι ο στόχος σας όσον αφορά στο μερίδιο της αγοράς;

M. Sheth: Αυτήν τη χρονιά, λόγω της πανδημίας, εστίασαμε στην «Black Friday» καμπάνια μας στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Ήμασταν τυχεροί, γιατί ακόμη και πριν από την πανδημία, η επιχείρησή μας επωφελήθηκε από το εκτεταμένο μοντέλο του ηλεκτρονικού εμπορίου, λόγω της στροφής των καταναλωτών από την παραδοσιακή στην ηλεκτρονική αγορά. Καθώς έχουμε μακροχρόνιες συνεργασίες με πολλές παγκόσμιες και τοπικές πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου, έχουν κάνει πολλά για την προώθηση των προϊόντων realme και μας βοήθησαν να διαθέσουμε τους πόρους του μάρκετινγκ. Έχουμε ήδη ξεκινήσει την επίσημη συνεργασία μας με τις σημαντικότερες αλυσίδες και «παίκτες» της ελληνικής αγοράς, ανάμεσά τους η Cosmote, ο Κωτσόβολος, τα Public, τα Mediamarkt, το Πλαίσιο και άλλοι, παρέχοντας τα πιο καινούργια προϊόντα μας, όπως τα νέα μας Smartphone και τα προϊόντα Τεχνητής Νοημοσύνης του «Διαδικτύου των Πραγμάτων» (IoT). Με βάση αυτές τις συνεργασίες και τα εξαιρετικά δημοφιλή online shops των συγκεκριμένων αλυσίδων και παρόχων, προσφέρουμε την ευκολότερη πρόσβαση σε προσφορές για την Black Friday σε όλους τους Έλληνες. Πιστεύουμε ότι οι νέες γενιές των Ελλήνων καταναλωτών δικαιούνται να αποκτήσουν εύκολα προϊόντα high-end tech σε πολύ ελκυστικές τιμές. Η απόδειξη ότι η Black Friday του 2020 ήταν ένα πραγματικό success story είναι ότι το realme 6 εξαντλήθηκε, κάνοντας sold out μόλις σε 7 ημέρες!

Τώρα, ο στόχος μας είναι να συνεχίσουμε την καλή δουλειά φέρνοντας περισσότερες προσφορές, όπως η χριστουγεννιάτικη που έρχεται. Είναι μια πολύ ελκυστική προσφορά για την αγορά, καλύπτει μια σειρά προϊόντων που θα δώσει την ευκαιρία σε όλους να πάρουν μια εικόνα της εμπειρίας realme.

S.M. Το realme 7i πρόκειται να κυκλοφορήσει σε λίγες ημέρες στην Ελλάδα, με προγραμματισμένη ημερομηνία τη 10η Δεκεμβρίου. Γιατί πιστεύετε ότι αυτό το Smartphone θα κάνει τη διαφορά στην Ευρώπη και ειδικότερα στην ελληνική αγορά;

M. Sheth: Όπως ανέφερα και προηγουμένως, η realme προσφέρει συσκευές με ισχυρή απόδοση και μοντέρνο σχεδιασμό. Πιστεύουμε πως τα προϊόντα μας συνοδεύονται από την καλύτερη ποιότητα στην κατηγορία τους, οπότε και οι υπηρεσίες που προσφέρουμε στους καταναλωτές μας είναι κι αυτές αντίστοιχες. Η realme ήταν πάντα αφοσιωμένη στο να δίνει τη δυνατότητα σε νέους από όλον τον κόσμο να αγοράζουν έξυπνα προϊόντα με άριστη απόδοση και πρωτοποριακό σχεδιασμό σε λογικές τιμές. Για να ακριβολογούμε, φέρνουμε συνεχώς νέες εφαρμογές τεχνολογικής

αιχμής στον κλάδο και τις παρουσιάζουμε σε λογική τιμή.

Η συσκευή realme 7i διαθέτει μπαταρία 6000mAh – πραγματικά μεγάλη μπαταρία, η οποία έχει ως αποτέλεσμα μεγαλύτερη διάρκεια χρήσης (43,16 ώρες για κλήσεις ή 117,67 ώρες μουσική από το Spotify ή 11,02 ώρες παιχνίδι ή 19,48 ώρες χρήση του Instagram ή 25,26 ώρες παρακολούθηση βίντεο στο YouTube). Είναι μια συσκευή για όσους χρησιμοποιούν πολύ το κινητό τους, ειδικά οι νέοι που το χρησιμοποιούν για να ενημερώνονται, να επικοινωνούν, να παίζουν παιχνίδια, να παρακολουθούν προγράμματα εκπαίδευσης. Όλα αυτά, με την υπόσχεση της realme για την προσφορά προσιτών τεχνολογικών αριστουργημάτων από πλευράς τεχνολογίας.

Στόχος μας είναι να βοηθήσουμε τους νέους να αξιοποιούν στο έπακρο τη μέρα τους, έχοντας μια συσκευή που τους βοηθά να μεγαλουργήσουν και όχι να τους περιορίζει, αλλά να τους συντροφεύει όλη μέρα. Το realme 7i έρχεται να συμπληρώσει τη σειρά realme 7 και καταφέρνει το στόχο του, δηλαδή, να χαρίζει στους νέους χαρά και ανεμελιά.

S.M. Σύμφωνα με πρόσφατες δηλώσεις σας, η realme εργάζεται πυρετωδώς για να κάνει την επόμενη γενιά της 5G τεχνολογίας πιο προσιτή στους χρήστες, σε μια προσπάθεια να γίνει ο παγκόσμιος υποστηρικτής της συγκεκριμένης τεχνολογίας που αναμένεται να μπει δυναμικά στη ζωή μας το 2021. Πώς ακριβώς σχεδιάζετε να πετύχετε αυτόν το στόχο σε μια τόσο ανταγωνιστική αγορά;

M. Sheth: Για τη realme, η τεχνολογία 5G πρέπει να είναι για όλους. Για αυτόν ακριβώς το λόγο, η realme φέρνει την τεχνολογία 5G σε κάθε τομέα της αγοράς, προσφέροντας συσκευές high-end αλλά και mid-range. Ο στόχος μας κάθε χρόνο είναι να βγάζουμε τουλάχιστον τέσσερα κινητά 5G και δουλεύουμε στενά με τοπικούς διαχειριστές για να το πετύχουμε. Φυσικά, ακόμα διατηρούμε τον πρωταρχικό μας στόχο, που είναι να παράγουμε ένα άλμα στην τεχνολογία μέσα από λογικές τιμές, ώστε όλοι να έχουν τη δυνατότητα να αγοράσουν το ιδανικό κινητό τους. Ειδικά οι νέοι θα επωφεληθούν πολύ από τις υψηλές ταχύτητες του 5G στις καθημερινές τους ψηφιακές δραστηριότητες. Οπότε, θέλουμε να είμαστε εκεί από την αρχή, να είμαστε πρωτοπόροι του 5G, υπεύθυνοι για την αύξηση της δημοτικότητάς του, ακόμα και τώρα που τα δίκτυα 5G βρίσκονται σε δοκιμαστική φάση. Είμαστε σίγουροι ότι το όφελος του να έχει κάποιος ένα κινητό έτοιμο για το μελλοντικό 5G σε λογικές τιμές είναι σημαντικό για πολλούς ανθρώπους, και θα μας δώσει το αντίστοιχο προβάδισμα σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

S.M. Από τα πρώτα 5G Smartphones που κυκλοφόρησαν στην Ελλάδα, όπου ακόμα δεν έχει αναπτυχθεί το συγκεκριμένο δίκτυο από τους παρόχους, ήταν το X50 Pro 5G realme. Ως εταιρεία έχετε ήδη ξεκινήσει τη διάθεση συσκευών κι άλλων κατηγοριών. Ποιος είναι ο σχεδιασμός σας για την κυκλοφορία και τη διανομή νέων προϊόντων το 2021; Τι ποσοστό από αυτά θα είναι συσκευές που υποστηρίζουν δίκτυα 5G; Πρόκειται, για παράδειγμα, να δούμε στην Ελλάδα ένα κινητό-ναυαρχίδα της τεχνολογίας 5G με καλή «σχέση

ποιότητας-τιμής»; (Δηλαδή value for money συσκευή).

M. Sheth: Η realme ήταν πάντα επικεντρωμένη στο να δίνει τη δυνατότητα σε νέους από όλον τον κόσμο να αγοράζουν έξυπνα προϊόντα με άριστη απόδοση και πρωτοποριακό σχεδιασμό, σε λογικές τιμές. Για να ακριβολογούμε, φέρνουμε συνεχώς νέες εφαρμογές τεχνολογικής αιχμής στον κλάδο και τις παρουσιάζουμε σε λογική τιμή. Η δική μας σειρά προϊόντων Smartphone αποτελείται από τη σειρά X: ποιοτικά προϊόντα κορυφαίας τεχνολογίας, όπως το X50 Pro 5G, με την υψηλότερη ταχύτητα φόρτισης, που έχει ήδη κυκλοφορήσει, την αριθμητική σειρά με ισχυρές προδιαγραφές, μοντέρνο σχεδιασμό και προηγμένη τεχνολογία: όπως η σειρά realme 7 που κυκλοφόρησε πριν από μερικές μέρες και έφερε για πρώτη φορά τη φόρτιση 65W σε συσκευές μεσαίας κατηγορίας και τη σειρά C, που είναι βασικά Smartphones.

Συνολικά, στόχος της realme είναι να διαδώσει την προηγμένη τεχνολογία και να τη φέρει πιο κοντά στο ευρύ κοινό με προσιτές τιμές, εστιάζοντας παράλληλα στις πραγματικές ανάγκες.

S.M. Παρεμπιπτόντως, πώς προβλέπεται να εξελιχθεί η ανάπτυξη των δικτύων 5G στην Ευρώπη μέσα στα επόμενα 2-5 χρόνια; Και ποιος θα είναι ο καθοριστικός παράγοντας για την αποδοχή της; Οι συσκευές με καλύτερη αξία, οι χρήσιμες εφαρμογές ή και τα δύο;

M. Sheth: Η Ευρώπη είναι μία από τις πρώτες αγορές υιοθέτησης 5G στον κόσμο. Για να γίνει κάποιος πρωτοπόρος του 5G στην Ευρώπη, χρειάζεται να κάνει το 5G πιο προσιτό στους χρήστες. Για παράδειγμα, φέτος παρουσιάσαμε προϊόντα 5G που κόστιζαν κάτω από 300 ευρώ. Ο στόχος μας είναι να παράγουμε και να κυκλοφορούμε προϊόντα 4G και 5G από τα entry-level, όπως το C11, που κοστίζουν 99 ευρώ, μέχρι 5G κινητά και flagships Smartphones. Σε κάθε εύρος τιμών, η realme θα προσφέρει επιλογές που είναι οι καλύτερες της τάξης της. Η αγορά Smartphone χρειάζεται νέους παίκτες, πιο δυναμικούς, που μπορούν να κάνουν disrupt στην αγορά, όπως η realme για να έχουν οι χρήστες καλύτερες επιλογές.

Γνωρίζουμε ότι σε κάποιες χώρες δεν υπάρχει ανάπτυξη του 5G ακόμα, αλλά πιστεύουμε ότι η αρχική του ανάπτυξη θα είναι γρήγορη και οι χρήστες θα χρειάζονται συσκευές 5G, και όχι μόνο στην κατηγορία των high-end κινητών. Οπότε, για τη realme, τι περιλαμβάνει το μέλλον για την τεχνολογία 5G; Το 5G θα είναι απαραίτητο σε όλους και για αυτό οι χρήστες της realme θα έχουν την ευκαιρία να κάνουν το άλμα στην τεχνολογία 5G, σε κάθε τομέα και κατηγορία.

S.M. Στη φετινή Διεθνή Έκθεση Ηλεκτρικών & Ηλεκτρονικών Συσκευών (IFA 2020), που διοργανώθηκε για πρώτη φορά ως live event εξαιτίας της πανδημίας του COVID-19, δόθηκε παγκόσμια δημοσιότητα στη στόχευσή σας ως εταιρεία στα προϊόντα Τεχνητής Νοημοσύνης του «Διαδικτύου των Πραγμάτων» (AIoT). Άλλωστε και εσείς είχατε αναφέρει σε δηλώσεις σας λίγο πριν από την Έκθεση ότι αυτά τα προϊόντα είναι το «κλειδί» της στρατηγικής ανάπτυξης της realme. Τι νέα



και ενδιαφέροντα προϊόντα πρέπει να περιμένουμε να δούμε από τη realme από τις αρχές της νέας χρονιάς, εκτός από κινητά τηλέφωνα;

M. Sheth: Το όραμά μας στη realme είναι να δημιουργήσουμε έναν έξυπνο και τεχνολογικά πρωτοποριακό τρόπο ζωής που βασίζεται στην Τεχνητή Νοημοσύνη του «Διαδικτύου των Πραγμάτων» (AIoT) για τη νεολαία ανά τον κόσμο. Η αποστολή μας είναι να δώσουμε τη δυνατότητα στους νέους σε όλο τον κόσμο να αγοράσουν smart προϊόντα, που η απόδοσή τους παρουσιάζει άλλα και σχεδιασμό ικανό να ξεκινήσει νέα μόδα, σε λογικές τιμές.

Η εταιρική στρατηγική μας έχει δύο βασικούς «πυλώνες»: τη στρατηγική «1+4+N»^{*} και την έννοια του «tech trendsetter», του τεχνολογικού πρωτοπόρου που θέτει τις τάσεις.

Λαμβάνοντας τα Smartphones ως βάση, αναπτύσσουμε smart συσκευές που συνδέονται και αλληλεπιδρούν με τα Smartphones, όπως μια ποικιλία smart οθονών που χρησιμοποιούν συχνότερα οι νέοι –smart τηλεοράσεις, ρολόγια, ηχεία και ακουστικά–, τις τέσσερις μεγάλες ομάδες συσκευών lifestyle, έτσι ώστε η διαδραστική εμπειρία του χρήστη να είναι πιο ολοκληρωμένη. Αναπτύσσοντας περισσότερα smart προϊόντα που σχετίζονται με τις τέσσερις μεγάλες ομάδες συσκευών lifestyle, η εμπειρία του χρήστη διευρύνεται από προσωπική σε οικιακή και εμπειρία κατά τη διάρκεια ταξιδιών. Όπως είπα, όσον αφορά τα προϊόντα AIoT, η ίδρυση της realme έχει σκοπό να δημιουργήσει έναν πλουσιότερο, smart και trendsetter τρόπο ζωής για τους νέους. Για όλους τους αναγνώστες σας, είναι σημαντικό να μοιραστούμε την ιδέα πίσω από τη στρατηγική Τεχνητής Νοημοσύνης του «Διαδικτύου των Πραγμάτων» (AIoT). Βασικά, με τη στρατηγική «1+4+N», παίρνουμε τα Smartphones ως βάση, αναπτύσσουμε smart συσκευές που συνδέο-

νται και αλληλεπιδρούν με Smartphones, όπως μια ποικιλία smart οθονών που χρησιμοποιούν συχνότερα οι νέοι –τηλεοράσεις, ρολόγια και smart ηχεία και ακουστικά–, οι τέσσερις μεγάλες ομάδες συσκευών lifestyle, έτσι ώστε η φορητή εμπειρία του παιχνιδιού, της μουσικής και των άλλων ειδών ψυχαγωγίας να μπορεί να επεκταθεί είτε σε παραμονή στο σπίτι είτε σε ταξίδια, με την αδιάλειπτη εμπειρία του trendsetter τρόπου ζωής. Με αυτόν τον τρόπο θα καλύψουμε τρία σημαντικά σενάρια εφαρμογών: προσωπική χρήση, όπως οπτικοακουστικές συσκευές, ασύρματα ακουστικά με πραγματικά στερεοφωνικό ήχο (TWS), οικιακή χρήση, όπως smart τηλεόραση και smart ηχεία, και χρήση σε ταξίδια, όπως smartwatch, smartbands, για να δημιουργήσουμε έναν τεχνολογικό πρωτοποριακό τρόπο ζωής βασισμένο στην Τεχνητή Νοημοσύνη του «Διαδικτύου των Πραγμάτων» (AIoT).

Το σχέδιο είναι να λανσάρουμε πάνω από 50 προϊόντα Τεχνητής Νοημοσύνης του «Διαδικτύου των Πραγμάτων» (AIoT) στο δεύτερο εξάμηνο του 2020 και πάνω από 100 προϊόντα μέσα στο 2021. Ελπίζουμε να δημιουργήσουμε ένα ώριμο οικοσύστημα Τεχνητής Νοημοσύνης του «Διαδικτύου των Πραγμάτων» μέχρι το τέλος της χρονιάς, με τουλάχιστον 8 εκατομμύρια συσκευές συνδεδεμένες με το δίκτυο realme Link, την επίσημη ονομασία της πλατφόρμας λογισμικού Τεχνητής Νοημοσύνης του «Διαδικτύου των Πραγμάτων» (AIoT) της εταιρείας μας.

^{*} Η στρατηγική «1+4+N» σημαίνει 1 Smartphone, 4 κατηγορίες προϊόντων «Διαδικτύου των Πραγμάτων» (IoT) και... επεκτείνονται/επερχόμενα προϊόντα «Διαδικτύου των Πραγμάτων» και lifestyle προϊόντα (το γράμμα «N» αντιπροσωπεύει τη λέξη «Νέα»).

Tech City Θεσσαλονίκη

Συνεχίζουμε το ταξίδι καινοτομίας και τεχνολογίας στην Ελλάδα, μια και μετά την Πάτρα «επισκεπτόμαστε» τη Θεσσαλονίκη, η οποία, πέρα από ένα ζωντανό επιχειρηματικό κέντρο υψηλής τεχνολογίας, έχει καταφέρει κάτι ομολογουμένως αξιοσημείωτο και ενδεχομένως μοναδικό για τη χώρα μας: να δημιουργήσει ένα τοπικό οικοσύστημα όπου έχουν συνδεθεί άμεσα και έμμεσα όλες οι «τελείες» μεταξύ τους. Αυτό σημαίνει επιχειρηματική επιτάχυνση, παραγωγή ταλέντων αλλά και προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής αξίας, τα οποία μάλιστα έχουν προσελκύσει εταιρείες από το εξωτερικό.

Του Γιώργου Κουρκουτά



Το βασικό στοιχείο για ένα σωστά δομημένο οικοσύστημα καινοτομίας και επιχειρηματικότητας, το οποίο θα πρέπει να παράγει ταλέντα και τεχνολογίες, είναι σίγουρα η δημιουργία του κατάλληλου πλαισίου και ο καθορισμός των όρων του παιχνιδιού για όλες τις επιχειρήσεις από το κράτος. Ειδικά το «σύστημα» των Startups απαιτεί άπλετη χρηματοδότηση μέσω επιχορηγήσεων, pre-seed και seed γύρων χρηματοδότησης αλλά και μεταγενέστερων γύρων, παραγωγή ιδεών και ταλέντων καθώς και εκπαίδευση και καθοδήγηση των νέων επιχειρηματιών.

Φυσικά απαιτεί και τη δύσκολη αλλαγή κουλτούρας σε μια χώρα σχετικά με την επιχειρηματικότητα και την αποτυχία, μια και ειδικά η αποτυχία και η επανεκκίνηση είναι βασικό χαρακτηριστικό των Startups και όχι κοινωνικό στίγμα. Επίσης, απαιτεί και τη διασύνδεση των πανεπιστημίων, των ερευνητικών κέντρων, των μεγάλων επιχειρήσεων, των επαγγελματικών φορέων και ιδιωτών, ακόμη και των δήμων, μέσω τοπικών εκκολαπτηρίων - incubators ανάπτυξης επιχειρηματικότητας σε πόλεις και περιφέρειες, εξυπηρετώντας μια τοπική αλλά και κεντρική στρατηγική, π.χ. τουρισμός, πρωτογενής παραγωγή, εμπόριο, απολιγνιτοποίηση κ.ο.κ.

Για παράδειγμα, στην Ισπανία λειτουργούν εκατοντάδες incubators σε κάθε περιφέρεια, στη Γαλλία η κρατική τράπεζα BPI France έχει ένα μίνι incubator σχεδόν σε κάθε κατάστημά της, ενώ το Ισραήλ έχει καταφέρει να φτιάξει έναν incubator δίπλα στον στρατό, στα πανεπιστήμια ακόμη και στα νοσοκομεία!

Στην Ελλάδα πλέον αποκτήσαμε μια κρατική στρατηγική για Startups (Elevate Greece), για την επιχειρηματική εκμετάλλευση της έρευνας στα πανεπιστήμια, για τις χρηματοδοτήσεις (Funds of Funds), για τα επιχειρηματικά πάρκα και για την προσέλκυση ταλέντων και επιχειρηματιών, ξένων και Ελλήνων από το εξωτερικό. Το Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο και άλλα λειτουργούν ή συμμετέχουν σε incubators και «δημιουργούν» Startups με τον έναν ή τον άλλον τρόπο.

Τα ερευνητικά κέντρα της χώρας, με πρώτο και καλύτερο τον Δημόκριτο, έχουν ήδη δημιουργήσει Startups, έχουν επιτυχίες και συνεργασίες με μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, ενώ επιμελητήρια και δήμοι τρέχουν incubators για νέους και υπάρχοντες επιχειρηματίες.

Φυσικά, δεν πρέπει να παραλείψουμε να αναφέρουμε την Εθνική Τράπεζα, την Eurobank και την Alpha Bank, οι οποίες τρέχουν incubators και προγράμματα σε όλη την Ελλάδα, ειδικά η Εθνική, και συμμετέχουν ποικιλοτρόπως στη χρηματοδότηση και την υποστήριξη των Startups.

ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Μπορεί η Θεσσαλονίκη να μην έχει επιτύχει πολλές εξαγορές, exits και deep tech παράδοση όπως η Πάτρα –παρότι στην ευρύτερη περιοχή έχουν την έδρα τους πολλές εταιρείες IT/Πληροφορικής (πάνω από 200) αλλά και εξαιρετικά επιτυχημένες Startups παγκόσμιας κλάσης–, αλλά με τον έναν ή τον άλλον τρόπο κάνει τα πράγματα «σωστά».

Κατ' αρχάς, να αναφέρουμε ότι η μητροπολιτική περιοχή της Θεσσαλονίκης έχει πάνω από ένα εκατομμύριο πληθυσμό, συγκεντρώνει 150 χιλιάδες φοιτητές και περίπου 100 χιλιάδες επιχειρήσεις, με το 20% εξ αυτών περίπου να αφορούν επιστημονικούς, επαγγελματικούς και τεχνολογικούς τομείς καθώς και υπηρεσίες. Παράλληλα παρουσιάζει και ένα από τα μεγαλύτερα ποσοστά ανεργίας στους νέους. Αυτό που κάνει σωστά η Θεσσαλονίκη είναι ότι έχει καταφέρει να συνενώσει και να συνδέσει μεταξύ τους όλους τους φορείς καινοτομίας και επιχειρηματικότητας.

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΑ ΖΩΝΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Λίγο μετά την έναρξη της κρίσης στην Ελλάδα δημιουργήθηκε η Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας (www.thessinnozone.gr), με τη συμμετοχή 19 φορέων της πόλης από ακαδημαϊκούς, ερευνητικούς, επιχειρηματικούς και καινοτομικούς τομείς και το Δήμο Θεσσαλονίκης. Στόχος της είναι η σύνδεση της έρευνας με την επιχειρηματικότητα, η υποστήριξη ανάπτυξης καινοτόμων επιχειρήσεων αλλά και αυτών που θα μετασχηματίζουν τα ερευνητικά αποτελέσματα σε προϊόντα που μπορούν να διαθέτουν στη διεθνή αγορά. Στην πράξη έχουν γίνει αρκετά βήματα συνεργασίας όλων αυτών των φορέων, συμπεριλαμβανομένων τεσσάρων εμβληματικών υλοποιήσεων στη Θεσσαλονίκη, με το μεγάλο project να είναι το τεχνολογικό πάρκο **Thess INTEC**, το οποίο θα λειτουργήσει το 2023, μαζί με το αντίστοιχο της Αθήνας στο πρώην εργοστάσιο της ΧΡΩΠΕΙ.

ΚΟΜΒΟΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ STARTUPS OK!THESS

Στις αρχές του 2017 ξεκίνησε τη λειτουργία του το OK!Thess (www.okthess.gr), ένας πλήρης incubator και accelerator Startups, στο οποίο συμμετέχουν, εκτός από το Δήμο Θεσσαλονίκης, το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, το Αλεξάνδρειο ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, το Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος, η



Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας, ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδας, το Κέντρο Επιχειρηματικής & Πολιτιστικής Ανάπτυξης και ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής Βορείου Ελλάδας. Από το 2017 έχει υποστηρίξει πάνω από 100 Startups και έχει να επιδείξει Startups που έλαβαν χρηματοδότηση στην Ελλάδα και έχουν εξαιρετική πορεία καθώς και αρκετές ενεργές Startups. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφέρουμε ότι υλοποιήθηκε με μια μεγάλη χορηγία του **Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος**, το οποίο έχει υποστηρίξει με καταλυτικό τρόπο το σύνολο της ελληνικής Startup σκηνής, ειδικά στα πρώτα της βήματα. Στα demo days, στις παρουσιάσεις εταιρειών στο τέλος κάθε κύκλου υποστήριξης του OK!Thess, αλλά και κατά τη διάρκεια της ΔΕΘ, συμμετέχει το σύνολο του οικοσυστήματος της Θεσσαλονίκης, κάτι που δεν έχουμε καταφέρει να γίνει ακόμα στην Αθήνα, καθώς και εκπρόσωποι επιχειρηματικών κεφαλαίων από τα Βαλκάνια. Περισσότερα για το OK!Thess θα βρείτε στις επόμενες σελίδες.

ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΤΑΧΥΝΣΗΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΤΗΣ CISCO

Το Διεθνές Κέντρο Επιτάχυνσης Ψηφιακού Μετασχηματισμού της Cisco είναι ήδη σε λειτουργία στο χώρο των παλαιών Δημοτικών Σφαγείων της Θεσσαλονίκης, μια επένδυση που θα ξεπεράσει τα 10 εκατ. ευρώ. Πρόκειται για ένα από τα 15 κέντρα της εταιρείας που λειτουργούν σε όλο τον κόσμο. Το κέντρο θα αναλάβει την υλοποίηση προγραμμάτων καινοτομίας, την ανάπτυξη ερευνητικών προγραμμάτων της αμερικανικής πολυεθνικής, ενώ θα προσφέρει εκπαίδευση σε θέματα τεχνολογίας και υποστήριξης Startups.



ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ -
DIGITAL GREECE

Η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης τα τελευταία χρόνια έχει δώσει μεγάλη έμφαση στις Startups και στο οικοσύστημα καινοτομίας, με το περίπτερο Digital Greece να είναι στην ουσία η πληρέστερη και μεγαλύτερη εκδήλωση για Startups στη χώρα μας, καθώς συμμετείχαν πάνω από 200 Startups και φορείς καινοτομίας στην τελευταία υλοποίηση πριν από την πανδημία.

STARTUP HUBS

Στη Θεσσαλονίκη, εκτός από το OK!Thess, λειτουργούν αρκετά Startup hubs, τα οποία έχουν πολύπλευρες λειτουργίες, από κοινόχρηστα γραφεία μέχρι επενδυτικούς incubators.

Η **i4G** (www.i4g.gr) δραστηριοποιείται 15 χρόνια στη Θεσσαλονίκη και υποστηρίζει καινοτομικές εταιρείες και τους ιδρυτές τους, ώστε να εξελίξουν το προϊόν τους και να δικτυωθούν με πιθανούς πελάτες και επενδυτές, ενώ προσφέρεται και χρηματοδότηση από την ίδια τη θερμοκοιτίδα. Φυσικά, διαθέτει και χώρους γραφείων στο κέντρο της πόλης. Η i4G Pro είναι μια πλήρης προ-θερμοκοιτίδα για εταιρείες αρχικού σταδίου και όχι μόνο.

Η θερμοκοιτίδα **Thermi Group** (www.thermi-group.com) υποστηρίζει καινοτομικές εταιρείες από το 2004, ενώ λειτουργεί και ένα από τα πρώτα επενδυτικά κεφάλαια στη βόρεια Ελλάδα για ενεργειακά έργα.

Η **Atlantis Consulting** (www.atlantisresearch.gr) είναι μια συμβουλευτική εταιρεία επιχειρήσεων, με σημαντική δραστηριότητα στο χώρο των Startups. Ειδικεύεται στην εύρεση της κατάλληλης χρηματοδότησης και φυσικά της δικτύωσης και της ανάπτυξης.

Το **Coho** (www.coho.gr) είναι ένας από τον παλιότερους

κοινόχρηστους χώρους γραφείων στη Θεσσαλονίκη με έντονη δραστηριότητα στο οικοσύστημα.

Το **Ideas Forward** (ideasforward.com) αναπτύσσει, εσωτερικά αλλά και εξωτερικά σε συνεργασία με Startupper, προϊόντα και υπηρεσίες για την παγκόσμια αγορά.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Το **Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης** διαθέτει ένα από τα πιο οργανωμένα γραφεία μεταφοράς τεχνολογίας στη χώρα μας. Έχει υλοποιήσει πάνω από 2.000 έργα βιομηχανικής συνεργασίας, τα οποία χρηματοδοτήθηκαν από εταιρείες και ιδιώτες, έχουν δοθεί πάνω από 20 άδειες εκμετάλλευσης τεχνολογιών, ενώ έχουν ιδρυθεί πέντε Startups. Θα πρέπει να σταθούμε κυρίως στο Εργαστήριο Νανοτεχνολογίας του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης. Μέσω του Εργαστηρίου Νανοτεχνολογίας, έχει δημιουργηθεί ο Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Οργανικών Ηλεκτρονικών και Εκτυπωμένης Ενέργειας, HOPE-A, στον οποίο συμμετέχουν περισσότερες από 40 εταιρείες.

Από τον ιδιωτικό τομέα θα πρέπει να αναφέρουμε το κέντρο επιχειρηματικότητας του **American College of Thessaloniki**, το οποίο τρέχει προγράμματα υποστήριξης Startups σε συνεργασία με το ALBA, όπως για παράδειγμα το VentureGarden με σημαντικό αποτύπωμα στο οικοσύστημα της Θεσσαλονίκης. Στο τεύχος 3 του Startupper Mag είχαμε παρουσιάσει μάλιστα δύο εξαιρετικές προσπάθειες.

Η **Αμερικανική Γεωργική Σχολή Θεσσαλονίκης** και το **Perrotis College** έχουν δημιουργήσει το Κέντρο Αγροδιατροφικής Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας για την υποστήριξη επιχειρηματικών ιδεών από όσους επιθυμούν να κάνουν τη δική τους επιχείρηση στο χώρο της παραγωγής, της μεταποίησης και της διακίνησης αγροτικών προϊόντων υψηλής ποιότητας.





KΕΝΤΡΟ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΤΗΣ PFIZER

Ένα από τα έξι κέντρα καινοτομίας που αναπτύσσει η μεγάλη αμερικανική φαρμακευτική εταιρεία με CEO τον Αλβέρτο Μπουρλά λειτουργεί ήδη στη Θεσσαλονίκη. Το κέντρο καινοτομίας της Pfizer αναμένεται να τεθεί σε πλήρη λειτουργία το 2021, απασχολώντας τουλάχιστον 200 εργαζομένους, με βασικά αντικείμενα την Τεχνητή Νοημοσύνη, τα Big Data Analytics και Cybersecurity. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που θα αναπτυχθούν στο κέντρο θα προορίζονται για τον ψηφιακό μετασχηματισμό της Pfizer, ενώ η εταιρεία θα συνεργαστεί με τα πανεπιστήμια της πόλης και τα κέντρα ανάπτυξης τεχνολογιών.

KΕΝΤΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΤΗΣ PROFILE SOFTWARE

Η Profile Software είναι μια ελληνική εταιρεία ανάπτυξης λύσεων για το διεθνή χρηματο-οικονομικό τομέα, τον ευρύτερο επιχειρηματικό κλάδο καθώς και το δημόσιο τομέα. Θα δημιουργήσει ένα κέντρο καινοτομίας στη Θεσσαλονίκη με έμφαση στους τομείς του Fintech, του Blockchain, του Robotic Process Automation, του Augmented Reality και του AI.

TECHSALONIKI

Πάνω από 200 χιλιάδες developers έφυγαν από την Ελλάδα την περίοδο 2010 - 2013 δημιουργώντας ένα μεγάλο brain-drain και έναν μεγάλο πονοκέφαλο στις εταιρείες ICT και Startups προκειμένου να εντοπίσουν ειδικευμένους προγραμματιστές και μηχανικούς λογισμικού στη χώρα μας. Γι' αυτόν το λόγο «συνασπίστηκαν» πάνω από 40 εταιρείες υψηλής τεχνολογίας, ICT και Startups της Θεσσαλονίκης, έτσι ώστε να προσεγγίσουν και να εκπαιδεύσουν φοιτητές Πληροφορικής αλλά και στελέχη από την Ελλάδα και το εξωτερικό για να εγκατασταθούν και να δουλέψουν στις εταιρείες της Θεσσαλονίκης. Επίσης, στόχος του TECHSALONIKI (techsaloniki.gr) είναι να γίνει η πόλη πόλος έλξης εταιρειών ICT από την Ευρώπη και όχι μόνο, έτσι ώστε να ανοίξουν γραφεία και κέντρα R&D. Ιδρυτικά μέλη είναι η Veltio και η Apifon, μεταξύ άλλων, ενώ έχει ήδη προσελκύσει εταιρείες από το εξωτερικό όπως οι Comquent, Beta, Altair, Prodyna, GWF, οι οποίες λειτουργούν γραφεία στη Θεσσαλονίκη και προσλαμβάνουν προγραμματιστές.

Διαβάστε περισσότερα στο:
<https://bit.ly/2Jx3cDT>

THESS INTEC

Στο τέλος του 2023 αναμένεται να λειτουργήσει στην Περαιά το τεχνολογικό πάρκο Thess INTEC, μια μεγάλη σύμπραξη δημόσιου και ιδιωτικού τομέα με αναλογία 48%-52%. Για την υλοποίησή του έχουν συνεργαστεί τα υπουργεία Ανάπτυξης & Επενδύσεων και Οικονομικών, η Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας και το Τεχνολογικό Πάρκο Θεσσαλονίκης. Η κεντρική ιδέα του Thess INTEC είναι η προσέλκυση των ερευνητικών τμημάτων μεγάλων εταιρειών από την Ελλάδα και το εξωτερικό, οι οποίες θα επικεντρωθούν σε τομείς όπως τα προηγμένα υλικά και οι νέες διαδικασίες βιομηχανικής παραγωγής, τα εύκαμπτα οργανικά υλικά και οι εφαρμογές νανοτεχνολογία, τεχνητή νοημοσύνη και εφαρμογές προσομοίωσης, καινοτόμες λύσεις για καθαρή ενέργεια και λύσεις για την εφοδιαστική αλυσίδα και τις βιώσιμες μεταφορές. Ήδη 70 μεγάλες ελληνικές βιομηχανίες και επιχειρήσεις υπηρεσιών έχουν δεσμευτεί για τη μεταφορά ερευνητικών τμημάτων τους στο νέο πάρκο, ενώ σύμφωνα με σχετική μελέτη οι επενδύσεις θα φτάσουν τα 350 εκατ. ευρώ σε ορίζοντα δεκαετίας, δημιουργώντας σε βάθος εικοσαετίας 7.000 θέσεις εργασίας. Οι συνολικές προσδοκώμενες εθνικές και ξένες επενδύσεις θα φτάσουν το 1,5 δισ. ευρώ, αυξάνοντας το ΑΕΠ της Θεσσαλονίκης κατά 6%, ενώ το εκτιμώμενο οικονομικό αποτέλεσμα σε βάθος εικοσαετίας έχει υπολογιστεί στα 11 δισ. ευρώ.

STARTUPS ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Loceye/Visualeyes

Η Startup ιδρύθηκε από φοιτητές του τμήματος Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Υπολογιστών του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης. Η εταιρεία έχει αναπτύξει μια πλατφόρμα που επιτρέπει σε εταιρείες και επαγγελματίες να πραγματοποιούν διαδικτυακές αναλύσεις παρακολούθησης των ματιών, προκειμένου να κατανοήσουν πού και πότε ο χρήστης εστιάζει σε στοιχεία στην οθόνη κατά την περιήγηση στον ιστότοπο. Χρηματοδοτήθηκε από το επενδυτικό fund Velocity Partners και υποστηρίχθηκε από το OK!Thess.

K-INVENT

Η Startup ιδρύθηκε στη Γαλλία το 2017 από τέσσερις Έλληνες επιστήμονες και έναν Γάλλο μηχανικό. Έχει δημιουργήσει ένα ολοκληρωμένο σύστημα διασυνδεδεμένων συσκευών για τη μέτρηση και την παρακολούθηση της δύναμης, της κίνησης και της ισορροπίας αθλητών και ασθενών, μέσω τεχνολογιών Internet-of-Things (IoT) και μοντέρνων μεθόδων αποκατάστασης. Η εταιρεία εμπορεύεται τα προϊόντα της σε περισσότερες από 20 χώρες και την εμπιστεύονται εθνικές ομάδες και επαγγελματίες αθλητές απ' όλο τον κόσμο. Χρηματοδοτήθηκε από το Uni.Fund και υποστηρίχθηκε από το OK!Thess.

PLiN Nanotechnology

Μια εταιρεία spinoff - τεχνοβλαστός του ΑΠΘ. Ειδικεύεται στην παραγωγή και στο χαρακτηρισμό νανοσωματιδίων μετάλλων και οξειδίων τους για εφαρμογές σε καλλυντικά και παραφαρμακευτικά προϊόντα, στην οικοδομική χημεία, την αγροβιοτεχνολογία και σε άλλους τομείς. Χρηματοδοτήθηκε πρόσφατα από το Uni.Fund και υποστηρίχθηκε από το OK!Thess και το NBC Business Seeds της Εθνικής Τράπεζας.

BL Nanobiomed

Η εταιρεία προήλθε από το Εργαστήριο Ναυοτεχνολογίας του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και ασχολείται τα τελευταία χρόνια με τη βελτιστοποίηση ιατρικών προϊόντων μέσω της ναυοτεχνολογίας. Αμέσως μετά το ξέσπασμα της πανδημίας, η ομάδα δημιούργησε ένα ναυοφίλτρο για μάσκες προσώπου που προστατεύει σε ποσοστό 99% από τον κορωνοϊό. Το φίλτρο αυτό μπορεί να ενσωματωθεί σε οποιονδήποτε τύπο μάσκας.

Organic Electronic Technologies

Η Organic Electronic Technologies δραστηριοποιείται στην παραγωγή εύκαμπτων οργανικών εκτυπωμένων φωτοβολταϊκών τρίτης γενιάς και εκτυπωμένων οργανικών LEDs για παραγωγή ενέργειας και φωτισμού, αντίστοιχα, και παράγει προϊόντα υψηλής τεχνολογίας, ελαφρά, φιλικά προς το περιβάλλον, που μπορούν να τοποθετηθούν σε κάθε είδους επιφάνεια κτιριακής εγκατάστασης, θερμοκηπίων, ειδών

τουρισμού και πέργολες ή ακόμα και σε ηλεκτρικά αυτοκίνητα.

Entranet

Η Εταιρεία ιδρύθηκε το 2009 και αναπτύσσει λύσεις φωνητικής και επικοινωνίας και ελέγχου συσκευών στο έξυπνο σπίτι και ειδικά για χρήση από ηλικιωμένους. Η Entranet, με παρουσία στη βρετανική και την αμερικανική αγορά έχει πάρει την έγκριση για την είσοδό της στην Παράλληλη Αγορά ΟΤCQB του Αμερικανικού Χρηματιστηρίου, ενώ είναι έτοιμη να περάσει στη μαζική παραγωγή του «house-mate», του συστήματος με το οποίο ελέγχεται πλήρως ένα έξυπνο σπίτι, με φωνητικές εντολές. Το προϊόν Talk2Lift για επικοινωνία σε ασανσέρ επίσης παρουσιάζει μεγάλη ζήτηση σε πολλές αγορές του κόσμου.

BIOCHP

Μια εταιρεία spinoff - τεχνοβλαστός του ΑΠΘ. Προσφέρει σε επιχειρήσεις με οργανικά απόβλητα μια γεννήτρια, που μετατρέπει την οργανική ύλη σε χαμηλού κόστους πράσινη ενέργεια. Υποστηρίχθηκε από το OK!Thess και το NBC Business Seeds της Εθνικής Τράπεζας.

Embneusys

Η εταιρεία δημιουργεί συστήματα IoT (Internet of Things), τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την παρακολούθηση και την καταγραφή της λειτουργίας κάθε εργαλείου. Το σύστημα της εταιρείας αποτελείται από έναν μικρό σε μέγεθος αισθητήρα, ο οποίος τοποθετείται πάνω σε εργαλεία και μηχανήματα, και μία εφαρμογή. Το σύστημα μπορεί να προειδοποιήσει, για παράδειγμα, τον χρήστη της εφαρμογής για το πότε μια συσκευή ή ένα μηχανήμα έχει υπερθερμανθεί ή έχει κάποια βλάβη, να ελέγχει πόση ώρα και σε ποιο μέρος χρησιμοποιείται μια συσκευή ή ακόμα και να στείλει ειδοποίηση εάν ένα εργαλείο μετακινηθεί χωρίς να χρειάζεται, προλαμβάνοντας έτσι περιστατικά κλοπής.

Aidplex

Έχει αναπτύξει καινοτόμα προϊόντα στον ορθοπαιδικό τομέα με δυνατότητα άμεσης υλοποίησης σε ασθενείς και σε ατυχήματα σε οποιοδήποτε πεδίο αλλά και πρόβλεψη για μελλοντική παρακολούθηση του ασθενούς μέσω IoT. Στα σχέδια της εταιρείας είναι και η ανάπτυξη ενός drone πρώτων βοηθειών σε συνεργασία με το Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο της Θράκης.

Dataviva

Ο ιδρυτής της Veltio, μιας παγκόσμιας τεχνολογικής εταιρείας με λύσεις βελτιστοποίησης λιανεμπορίου με έδρα τη Θεσσαλονίκη, αποχώρησε και προχώρησε στην ίδρυση της Dataviva με παρόμοιες υπηρεσίες. Η Startup έχει λάβει χρηματοδότηση από το ελληνικό επιχειρηματικό κεφάλαιο BigPi.



Fieldscale

Η Startup προσφέρει προσομοιώσεις λειτουργίας οθονών αφής μειώνοντας το χρόνο ανάπτυξης, την πολυπλοκότητα και φυσικά το κόστος για τους ενδιαφερομένους. Η χρήση των αισθητήρων αφής, οι οποίοι είναι βολικοί για τον τελικό χρήστη και οικονομικά αποδοτικοί για τους κατασκευαστές, εξαπλώνεται πέρα από τα Smartphones, σε οικιακές συσκευές, σε οικιακούς διακόπτες μέχρι και σε αυτοκίνητα και αεροπλάνα.

Deus EX Machina

Αναπτύσσει λύσεις βασισμένες στην τεχνητή νοημοσύνη, στην υπολογιστική μάθηση και στις μαθηματικές βελτιστοποιήσεις για επιχειρήσεις σε διάφορους τομείς με υψηλή αποδοτικότητα και ένα ανταγωνιστικό κόστος.

Grekaddict

Μία πλατφόρμα κρατήσεων ταξιδιωτικών εμπειριών με αυστηρή διαλογή των καλύτερων εμπειριών, οι οποίες συνδέονται εύκολα με νέα κανάλια πωλήσεων για παρόχους.

Freights

Έχει αναπτύξει μια πλατφόρμα ανταλλαγής φορτίων και φορτηγών προσφέροντας ηλεκτρονική καταχώριση των φορτίων και απευθείας σύνδεση με ένα δίκτυο μεταφορών σε όλη την Ευρώπη.

Agro-U

Μια Startup που υποστηρίχθηκε από το OK!Thess, προσφέρει μια πλατφόρμα που συνδέει αγρότες με άτομα που επιθυμούν να εργαστούν ως εργάτες στα χωράφια.

Mojestik

Η Startup παράγει ποιοτικές τροφές για γάτες και σκύλους στη Θεσσαλονίκη και τις προσφέρει με συνδρομητικό μοντέλο.

Come Together

Έχει αναπτύξει μια πλατφόρμα διαχείρισης εισιτηρίων για εκδηλώσεις και θεάματα βασισμένη στο blockchain.

LinkedBusiness

Η πλατφόρμα της Startup παρέχει στοχευμένη πληροφορία – insights για την επιχειρηματικότητα και το δημόσιο χρήμα με βάση επίσημες πηγές ανοικτών δεδομένων με στόχο ο ενδιαφερόμενος για μια νέα επιχειρηματική κίνηση να κάνει τις σωστές επιλογές.

Rhoe

Δραστηριοποιείται στον τομέα των Έξυπνων Πόλεων καθώς και ευρύτερα στον τομέα της Έξυπνης Διαχείρισης και προσφέρει ψηφιακές λύσεις για τους δήμους και τους δημότες. Η Startup έχει δημιουργηθεί από φοιτητές του ΑΠΘ και συνεργάζεται ήδη με δήμους της Θεσσαλονίκης.

Elektronio

Έχει αναπτύξει ένα τρίτροχο ηλεκτρικό ποδήλατο για τη πόλη.

Booking Clinic

Έχει αναπτύξει μια online πλατφόρμα που φέρνει σε επαφή ασθενείς με κλινικές και γιατρούς.

Access Lab

Ξεκίνησε από τη Θεσσαλονίκη ως Thess-ράμπα, μια πρωτοβουλία που είχε αναρτήσει στο διαδίκτυο έναν χάρτη του κέντρου της πόλης που περιέχει όλες τις πιθανές διαδρομές με ράμπες που μπορούσε να ακολουθήσει ένα άτομο με αμαξίδιο. Σήμερα προσφέρει μια ολοκληρωμένη πλατφόρμα ενημέρωσης και διαχείρισης για τις πόλεις αλλά και τα άτομα με κινητικά προβλήματα.



ΟΙ «GOOGLE» ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Apifon

Η Apifon έχει δημιουργήσει μια πολυκαναλική πλατφόρμα ανταλλαγής μηνυμάτων και αυτοματοποίησης για mobile μάρκετινγκ, η οποία επιτρέπει την επικοινωνία μέσω πολλαπλών καναλιών, όπως SMS, email, Viber, WhatsApp κ.ά. Πιο συγκεκριμένα, οι εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιήσουν την τεχνολογία της Apifon για να αυξήσουν το κοινό τους, να σχεδιάσουν εκστρατείες, να μετρήσουν τις επιδόσεις τους, να βελτιώσουν την εμπειρία των πελατών τους και να ενεργοποιήσουν τις αυτοματοποιημένες δραστηριότητες μάρκετινγκ για την αύξηση των εσόδων. Η Apifon ιδρύθηκε το 2014 στη Θεσσαλονίκη από τον Κωνσταντίνο Στρουμπάκη, έχει πάνω από 50 άτομα προσωπικό, δραστηριοποιείται στη νότια και την κεντρική Ευρώπη, με περισσότερους από 1.500 πελάτες και είναι στρατηγικός συνεργάτης της Google. www.apifon.com

AMD Telecom

Η AMD Telecom είναι από τις πρώτες τηλεπικοινωνιακές-τεχνολογικές Startups της χώρας μας, έχει την έδρα της στη Θεσσαλονίκη και παγκόσμια παρουσία, με CEO τον Δημήτρη Ρόκο. Προσφέρει υπηρεσίες δρομολόγησης SMS, φωνής και δεδομένων, όπως επίσης και περιαγωγής ευρείας κάλυψης σε τηλεπικοινωνιακά δίκτυα και μικρές και μεγάλες εταιρείες. Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2001 και σήμερα βρίσκεται μέσα στην επτάδα των εταιρειών στο χώρο της σε παγκόσμιο επίπεδο, με μεγάλους πελάτες όπως η Google. Με το brand Routee δημιούργησε στην ουσία μια εσωτερική Startup με υπηρεσίες πολυκαναλικής επικοινωνίας για υπεύθυνους μάρκετινγκ εταιρειών, με στόχο την προσέλκυση και την υποστήριξη πελατών. Οι πελάτες της περιλαμβάνουν εταιρείες επιπέδου Microsoft και Uber. www.amdtelecom.net

Schoox

Η Schoox ξεκίνησε το 2010 από τους Αποστόλη Αγραφιώτη, Κώστα Βασιλείου, Λευτέρη Ντουάνογλου και Βασίλη Λώλο με μία ηλεκτρονική πλατφόρμα εκπαίδευσης και

διαχείρισης της γνώσης. Το 2012 πέρασε στην απέναντι όχθη του Ατλαντικού και ίδρυσε θυγατρική στο Όστιν του Τέξας. Η πλατφόρμα της Schoox απευθύνεται σε ιδιώτες που ενδιαφέρονται για μαθήματα και εκπαίδευση, σε εκπαιδευτές αλλά και σε εταιρείες που επιθυμούν να προσφέρουν προγράμματα εκπαίδευσης στα στελέχη και στους υπαλλήλους τους. Μερικά χρόνια πριν, η Schoox προχώρησε και σε μια μεγάλη εξαγορά στις ΗΠΑ, αποκτώντας της Learn.net και διασφαλίζοντας ακόμα περισσότερο την ηγετική θέση της στην αγορά της εταιρικής εκπαίδευσης στις ΗΠΑ. Η Schoox έχει παρουσία σε 120 χώρες και έχει εκπαιδέσει πάνω από 10 εκατομμύρια στελέχη επιχειρήσεων. www.schoox.com

Geekbot

Η Geekbot ιδρύθηκε στη Θεσσαλονίκη το 2009 από τον Νίκο Παπανώτα και έπειτα από αρκετά ρινοτ (αλλαγή στρατηγικής και αγοράς) κατάφερε να πετύχει σε παγκόσμιο επίπεδο. Η Geekbot προσφέρει ένα εργαλείο για διοργάνωση συναντήσεων και οργάνωσης εργασιών μεταξύ απομακρυσμένων ομάδων Startups ή και εντός μεγάλων εταιρειών στο Slack, μέσω chat φυσικά, με πολλές χρηστικές πληροφορίες για την ομάδα και την πορεία των εργασιών. Η Geekbot σήμερα έχει 50.000 χρήστες καθημερινά, 1.500 εταιρείες οι οποίες πληρώνουν 3 δολάρια ανά χρήστη το μήνα, ο τζίρος διπλασιάζεται κάθε χρόνο, με μεγάλα ονόματα όπως το Netflix, η Vevo, η Sony να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της. www.geekbot.com

Veltio

Η εταιρεία Veltio ιδρύθηκε πριν από 15 έτη. Ένας από τους ιδρυτές της, ο Θεσσαλονικιός Κώστας Μάλαμας, διαθέτει τεράστια εμπειρία στην εφοδιαστική αλυσίδα του λιανεμπορίου και έχει δημιουργήσει σήμερα τη Startup Datavina. Το κέντρο έρευνας και ανάπτυξης βρίσκεται στη Θεσσαλονίκη και έχει πελάτες πολλές μεγάλες εταιρείες λιανεμπορίου στις ΗΠΑ αλλά και σε όλο τον κόσμο. Απασχολεί πάνω από 140 άτομα προσωπικό και είναι ιδρυτικό μέλος του TECHSALONIKI. www.veltio.com





Δρ ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΛΟΥΦΑΚΗΣ

Πρόεδρος, Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας ΑΕ

Στην ελληνική οικονομία και αγορά εργασίας υπάρχει ένα σημαντικό πρόβλημα. Ενώ η πίεση της ελληνικής οικογένειας προς τα παιδιά της και το κράτος άλλαξε κατά πολύ το μορφωτικό επίπεδο και την κατάρτιση των νέων ανθρώπων, η συνολική οικονομία μας δεν μεταμορφώθηκε ανάλογα και δεν δημιούργησε τις αντίστοιχες θέσεις εργασίας. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα το φαινόμενο του brain drain, το οποίο εντάθηκε ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια της κρίσης. Έτσι, η χώρα ξοδεύει δισεκατομμύρια για να εκπαιδεύσει και να κατάρτισει τους νέους ανθρώπους της και στη συνέχεια χάνει τους καλύτερους από αυτούς επ' ωφελεία ξένων οικονομιών.

Για να αλλάξει αυτό πρέπει να γίνουν δύο πράγματα. Αφενός να προσελκυστούν επενδύσεις στην οικονομία της γνώσης, όπως αυτές που γίνονται στη Θεσσαλονίκη από τη Pfizer, την Deloitte, τη Cisco, και ελπίζουμε ότι θα ακολουθήσουν και άλλες, και αφετέρου να ενθαρρυνθούν νέοι άνθρωποι να δημιουργήσουν επιχειρήσεις.

Για το πρώτο, έχουν ξεκινήσει οι προσπάθειες για τη δημιουργία υποδομών που θα υποδεχθούν τέτοιες επενδύσεις, όπως η Τεχνόπολις, το ThessINTeC, ο Θύλακας αγροδιατροφής. Για το δεύτερο σε επίπεδο προθερμοκοιτίδων, δηλαδή πολύ αρχικών σταδίων, υπάρχει το OK!Thess, όπου νέοι άνθρωποι με πρωτότυπες ιδέες εκπαιδεύονται και καθοδηγούνται στα πρώτα επιχειρηματικά ή, σπωστότερα, πριν από τα πρώτα τους επιχειρηματικά βήματα. Για τις επιχειρήσεις που είναι στα πρώτα τους βήματα υπάρχουν coworking spaces, όπως το Coho, ή και η δυνατότητα που προσφέρει τώρα η Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας στις νέες εγκαταστάσεις της. Για λίγο πιο ώριμες επιχειρήσεις υπάρχουν θερμοκοιτίδες όπως i4G, THERMI κ.ά.

Σε όλες αυτές τις προσπάθειες, η Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας είτε συμμετέχει ενεργά, όπως στο Θύλακα αγροδιατροφής, το OK!Thess, το ThessINTeC, είτε συνεργάζεται προκειμένου να προωθήσει την επιχειρηματικότητα της γνώσης και της καινοτομίας.

Οι προσπάθειες αυτές όμως θα μείνουν ημιτελείς, αν δεν διορθώσουμε ένα από τα μεγαλύτερα μειονεκτήματά μας, το υπερβολικά μεγάλο μη μισθολογικό κόστος. Για να είσαι ανταγωνιστικός στην οικονομία της γνώσης, θα πρέπει να μπορείς να ανταμείψεις ικανοποιητικά τους δημιουργικούς ανθρώπους. Αυτό καθίσταται απαγορευτικό εξαιτίας των υπερβολικών ασφαλιστικών και φορολογικών επιβαρύνσεων στους μισθούς.

Το κράτος έχει δώσει στην Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας το δικαίωμα να δημιουργεί θύλακες καινοτομίας. Αυτό είναι ένα εργαλείο που δεν έχει ακόμη αξιοποιηθεί. Σε τέτοιους θύλακες μειονεκτήματα όπως τα παραπάνω θα μπορούσαν να θεραπευτούν.



ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ ΣΤΥΛΙΑΝΙΔΗΣ

Αντιπρόεδρος Έρευνας και Διά Βίου Εκπαίδευσης ΑΠΘ και Πρόεδρος του Ειδικού Λογαριασμού Κονδυλίων Έρευνας ΑΠΘ

Το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης κλείνει φέτος δέκα χρόνια ουσιαστικής συνεργασίας με το πρόγραμμα NBC Business Seeds της Εθνικής Τράπεζας. Τα τελευταία τρία χρόνια τέθηκε σε ισχύ μνημόνιο συνεργασίας, μετά την κοινή διαπίστωση ότι υπάρχει ένα πλήθος ερευνητικών αποτελεσμάτων που μπορούν να αξιοποιηθούν επιχειρηματικά είτε μέσω συνεργασίας με υφιστάμενες επιχειρήσεις, είτε με τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, όπως με την ίδρυση νεοφυών επιχειρήσεων (Startup) και εταιρειών - τεχνοβλαστών (spin-off). Η συνεργασία είναι εναρμονισμένη και συντελεί στην υλοποίηση της τρίτης αποστολής του πανεπιστημίου, δηλαδή την αξιοποίηση της έρευνας για την κάλυψη αναγκών της κοινωνίας και της αγοράς.

Η εφαρμοσμένη έρευνα στο ΑΠΘ τα τελευταία χρόνια κερδίζει συνεχώς έδαφος. Το 2019 τα βιομηχανικά έργα ή έργα παροχής υπηρεσιών ανήλθαν σε 17-18 εκατ. ευρώ, δηλαδή το 30% του συνολικού κύκλου εργασιών του ΕΛΚΕ ΑΠΘ. Μέλη του ΑΠΘ έχουν ιδρύσει 14 εταιρείες - τεχνοβλαστούς και συμμετέχουν ως εφευρέτες σε 73 διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Το ΑΠΘ, αναγνωρίζοντας έγκαιρα την αναγκαιότητα για την αξιοποίηση των ερευνητικών αποτελεσμάτων αλλά και την ευκαιρία - προοπτική απασχόλησης και επιχειρηματικής δραστηριοποίησης των εφευρετών του, στην Ελλάδα, ίδρυσε και υποστηρίζει με ίδια μέσα το Γραφείο Μεταφοράς Τεχνολογίας. Μέσω της ανάπτυξης συνεργασιών με υποστηρικτικούς, παραγωγικούς, χρηματοδοτικούς και θεσμικούς φορείς καθώς και με την υιοθέτηση κουλτούρας ανοιχτής καινοτομίας ενώνουμε τις δυνάμεις μας με το τοπικό οικοσύστημα καινοτομίας.

Στο πλαίσιο αυτό, το ΑΠΘ και η Εθνική Τράπεζα ανέπτυξαν από κοινού ενέργειες αμοιβαίας πληροφόρησης, δικτύωσης, ανάδειξης και υποστήριξης ώριμων ερευνητικών αποτελεσμάτων και προβολής καινοτόμων ιδεών, μέσα από δράσεις εκπαίδευσης και καθοδήγησης ομάδων, παροχής υποδομών δικτύωσης και χρηματοδότησης. Ειδικότερα, οι κύριες δράσεις, ορόσημα της συνεργασίας μας είναι: α) η διεξαγωγή σε ετήσια βάση του τριήμερου εργαστηρίου «Match and Develop a Startup», β) η συνδιοργάνωση θεματικών εκδηλώσεων για την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας και τη δικτύωση με το τοπικό οικοσύστημα καινοτομίας, γ) η επιχειρηματική καθοδήγηση εταιρειών-τεχνοβλαστών του ΑΠΘ, ερευνητικών ομάδων και φοιτητών αλλά και η δικτύωση με το εκτεταμένο δίκτυο συνεργατών/μεντόρων της Τράπεζας, και δ) η χρηματοδότηση και η προβολή πλήθους τεχνοβλαστών και ομάδων του ΑΠΘ που διακρίθηκαν στον ετήσιο Διαγωνισμό Καινοτομίας και Τεχνολογίας του NBC Business Seeds.



ΛΕΥΤΕΡΗΣ ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ

CEO της Entranet και συγγραφέας των best sellers: «Startups. Από την ιδέα, στην παγκόσμια αγορά» και «Startups. Οι πωλήσεις»

Το 2010 δημιούργησα το www.costonline.gr, τον πρώτο online υπολογιστή κόστους κατασκευής και ανακαίνισης, το οποίο και παρουσίασα στην Infacoma, την έκθεση δομικών υλικών της Θεσσαλονίκης. Λίγες ημέρες αργότερα, δέχτηκα μια πρόσκληση από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο και συγκεκριμένα από το τμήμα Πολιτικών Μηχανικών –από όπου είχα αποφοιτήσει κάποια χρόνια νωρίτερα–, για να παρουσιάσω αυτόν το διαφορετικό, εύκολο και γρήγορο τρόπο κοστολόγησης τεχνικών έργων.

Η ομιλία μου ξεκίνησε σε μια κατάμεστη αίθουσα 250 φοιτητών, αλλά διακόπηκε βίαια όταν μια δωδεκαμελής ομάδα, αριστερής φοιτητικής οργάνωσης, αφαίρεσε τα καλώδια του μικροφώνου από τον ενισχυτή και παρέμεινε στο χώρο φωνάζοντας: «Έξω οι εταιρείες από τα πανεπιστήμια». Η παρουσίαση δεν ολοκληρώθηκε ποτέ... Το 2013, λίγο πριν από την πρώτη επίσημη παρουσίαση του talk2lift –του πρώτου συστήματος φωνητικού ελέγχου ασανσέρ παγκοσμίως–, έκλεισα συνάντηση με μια κορυφαία εταιρεία ανελκυστήρων, στη Φινλανδία.

Η συνάντηση ορίστηκε για μια χειμωνιάτικη Παρασκευή, λίγο έξω από το Ελσίνκι, στις 9:15 το πρωί. Ξεκινώντας από τη Θεσσαλονίκη, αναγκάστηκα να φτάσω Πέμπτη βράδυ, αλλάζοντας πτήση στη Γαλλία, νοικιάζοντας αυτοκίνητο στη Φινλανδία και φτάνοντας πια σε ξενοδοχείο, κοντά στον τόπο συνάντησης, τα μεσάνυχτα. Ο διαθέσιμος χρόνος για τη συνάντηση, το επόμενο πρωί, θα ήταν μια ώρα και δεκαπέντε λεπτά. Στις 10:30 έπρεπε να φύγω, ώστε να προλάβω να αφήσω το αυτοκίνητο στο αεροδρόμιο και να πάρω την πρώτη από τις τρεις συνολικά πτήσεις επιστροφής για τη Θεσσαλονίκη. Πετούσα από Ελσίνκι στην Κοπεγχάγη και από εκεί στο Μόναχο... Θα έφτανα στη Θεσσαλονίκη, λίγο πριν από τα μεσάνυχτα.

Η συνάντηση δεν ήταν επιτυχής, μιας και, ξεκινώντας την παρουσίαση, κλήθηκα να δώσω εξηγήσεις για την οικονομική κατάσταση της Ελλάδας και για τα δανεικά που παίρναμε από τις άλλες χώρες της ΕΕ, ενώ ταυτόχρονα μου ζητήθηκε να αποδείξω ότι δεν ήμουν δημόσιος υπάλληλος που είχε πάρει σύνταξη στα 35 του ή –ακόμη χειρότερα– ότι δεν ήμουν εν ενεργεία δημόσιος λειτουργός που, σκαστός από την υπηρεσία του, παρουσίαζε ένα προϊόν που είχε φτιάξει με ευρωπαϊκά κονδύλια.

Το brand της Ελλάδας αλλά και ο δείκτης εμπιστοσύνης των ελληνικών εταιρειών βρίσκονταν σε ιστορικά χαμηλά. Το συνολικό κόστος της επαφής μου με τη φινλανδική εταιρεία ανερχόταν περίπου στα 750 ευρώ. Την ίδια ώρα, ένας Γερμανός ανταγωνιστής μπορούσε να πάρει την πρωινή πτήση και να επιστρέψει το ίδιο μεσημέρι με κόστος 51 ευρώ. Θα χρειαζόταν επίσης αυτοκίνητο για λίγες ώρες, ίσως και ένα γεύμα. Το συνολικό του κόστος δεν θα ξεπερνούσε τα 125 ευρώ. Αυτά ήταν τα δεδομένα όταν ξεκινούσες από μια γωνιά της ΝΑ Ευρώπης, θέλοντας να απευθυνθείς στην παγκόσμια αγορά, με ανταγωνιστές σου –κυρίως– τους εταίρους μας στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Από τότε πολλά άλλαξαν.

Το αεροδρόμιο «Μακεδονία» αναβαθμίστηκε, οι πτήσεις και οι προορισμοί αυξήθηκαν, ενώ το κόστος μειώθηκε σημαντικά. Η Ελλάδα, ιδίως μετά την πανδημία, διόρθωσε πολύ την εικόνα της στο εξωτερικό και η ευρωπαϊκή αγορά άρχισε να ανακαλύπτει τις ελληνικές τεχνολογικές εταιρείες. Πλέον υπάρχει ένα startup οικοσύστημα στην πόλη, με τεράστιο ταλέντο και διάθεση. Η αλλαγή είναι εμφανής ακόμα και στα πανεπιστήμια.

Το 2019, το ΑΠΘ και οι σύλλογοι φοιτητών με κάλεσαν τρεις φορές να μιλήσω για την επιχειρηματικότητα. Και αυτήν τη φορά δεν μας διέκοψε κανείς. Σήμερα βρισκόμαστε σε μια καλή αρχή. Η νοοτροπία αλλά και η πρακτική αλλάζουν. Αυτά τα πρώτα βήματα είναι πολύ σημαντικά. Ας προσπαθήσουμε να τα κάνουμε όσο καλύτερα μπορούμε!



ΑΓΓΕΛΟΣ ΜΑΓΚΛΗΣ
Ιδρυτής Ατλάντις Συμβουλευτική
και Διαχειριστής Adrion Business
Angels Network



Το οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων της βορείου Ελλάδος έχει μια βαθιά παράδοση τουλάχιστον 30 ετών. Τα παραδείγματα των επιχειρήσεων από τη βόρεια Ελλάδα ήταν πάντα αναλογικά πιο εξωστρεφή από τα αντίστοιχα παραδείγματα επιχειρήσεων των Αθηνών. Ο λόγος ήταν η έλλειψη ανάλογων ευκαιριών συνεργασίας με τον μεγαλύτερο πελάτη στην Ελλάδα, που ήταν και είναι το ελληνικό Δημόσιο, γεγονός που δημιουργούσε εσωστρέφεια στις επιχειρήσεις της Αττικής.

Τα τελευταία 10 χρόνια το οικοσύστημα χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη μιας νέας γενιάς πρωτοβουλιών στήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας, οι οποίες προέρχονται από τοπικά δίκτυα επιχειρηματικών αγγέλων, προγράμματα επιτάχυνσης, θερμοκοιτίδες, co-working spaces, διαγωνισμούς καινοτομίας κ.ά. Η ανάδειξη όλων αυτών των εργαλείων πραγματικά βοηθάει το οικοσύστημα και δίνει την ευκαιρία μεγαλύτερης διάχυσης της γνώσης σε περισσότερους συμμετέχοντες, αλλά πολλές φορές λόγω του πολύ μεγαλύτερου αριθμού νεοφυών ομάδων που συμμετέχουν σε αντίστοιχα σημαντικό αριθμό πρωτοβουλιών, παρατηρείται πτώση της μέσης ποιότητας των ομάδων, το οποίο όμως είναι και πανελλήνιο φαινόμενο.

Θα πρέπει να τονίσουμε ότι με τη μεγάλη κινητικότητα που αναπτύσσουν πλέον οι νεοφυείς ομάδες, καθώς και με τις δυνατότητες που δίνει η τεχνολογία, είναι πιο δύσκολο να μιλάμε για τα στενά «γεωγραφικά» όρια ενός οικοσυστήματος στη βόρεια Ελλάδα. Όλες οι νεοφυείς μας ομάδες σήμερα εστιάζουν κατά ελάχιστον στην ευρωπαϊκή αγορά και αποτελούνται από μέλη από πολλές διαφορετικές χώρες του πλανήτη.

Τα τελευταία χρόνια, η δημιουργία των νέων επιχειρηματικών κεφαλαίων του Equi Fund δημιούργησε ευκαιρίες και προϋποθέσεις χρηματοδότησης αυτού του οικοσυστήματος. Παρ' όλα αυτά, οι χρηματοδοτήσεις στο οικοσύστημα της βορείου Ελλάδος αναλογικά ήταν πολύ λίγες και κανένα από τα 9 fund που δημιουργήθηκαν δεν είχε έδρα, μόνιμη παρουσία ή στελέχη από τη Θεσσαλονίκη. Επίσης, ο μικρός αριθμός και η εξειδίκευση των νέων επιχειρηματικών κεφαλαίων του Innovation και Startup Windows του EquiFund σε συγκεκριμένους τεχνολογικούς τομείς και business models, σε συνδυασμό με το μικρό αριθμό τους και τη μη επαρκή παρουσία τους στο οικοσύστημα της Θεσσαλονίκης, περιόρισαν τις αντίστοιχες δυνατότητες χρηματοδότησης.

Την ίδια στιγμή οι πιο ενεργοί από τους επιχειρηματικούς αγγέλους τόσο της Θεσσαλονίκης, όσο και των Αθηνών επέλεξαν να συμμετάσχουν ως limited partners στα νέα funds του Equi Fund, καθώς οι χρηματοδοτικοί όροι που προσφέρθηκαν από το EIF ήταν εξαιρετικά θετικοί. Ως αποτέλεσμα, δημιουργήθηκε σημαντικό κενό στις επενδύσεις σε pre-seed επίπεδο των νεοφυών ομάδων, παράλληλα με την ταυτόχρονη μετατόπιση των επενδύσεων όλων των funds του Innovation Window του Equi Fund σε μεγαλύτερα tickets με την πάροδο του χρόνου.

Η δημιουργία του μητρώου νεοφυών επιχειρήσεων του Elevate Greece (<https://elevategreece.gov.gr/el/>), του νόμου 4712/2020 του υπουργείου Ανάπτυξης για τα φορολογικά κίνητρα για επενδύσεις επιχειρηματικών αγγέλων, καθώς και η πρόσφατη πρόσκληση του EIF για τη δημιουργία κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών για συν-επενδύσεις με επιχειρηματικούς αγγέλους https://www.eif.org/what_we_do/resources/jeremie-greece-reflows/index, πιστεύουμε ότι αποτελούν το πλαίσιο των κατάλληλων παρεμβάσεων στο οικοσύστημα που πραγματικά θα βοηθήσει στη δημιουργία μιας νέας γενιάς νεοφυών επιχειρήσεων. Να τονιστεί ότι την ίδια στιγμή περιφερειακά επιμελητήρια της βορείου Ελλάδος (π.χ. Καβάλας και Δράμας) όπως και πανεπιστήμια αναμένεται να ξεκινήσουν 2ετή τουλάχιστον προγράμματα επιτάχυνσης και προ-θερμοκοιτίδευσης νεοφυών ομάδων, τα οποία θα συμβάλουν στην ενίσχυση του οικοσυστήματος της βορείου Ελλάδος.

OK!THESS

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟΥ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Του Γιώργου Κουρκουτά



Το OK!Thess έχει υποστηρίξει πάνω από 100 επιχειρηματικές ομάδες με περισσότερους από 330 συμμετέχοντες συνολικά. Από αυτές έχουν προκύψει 32 εταιρείες με πάνω από 110 νέες θέσεις εργασίας, ενώ συνολικά έχουν λάβει 2,8 εκατομμύρια ευρώ σε χρηματοδοτήσεις και για το 2019 είχαν συνολικό κύκλο εργασιών 1,3 εκατομμύρια ευρώ. Καθόλου άσχημα για μια προσπάθεια που ξεκίνησε στην ουσία το 2017. Αλλά το μεγαλύτερο επίτευγμά του είναι ότι κατάφερε να δημιουργήσει γύρω του έστω και ένα βασικό οικοσύστημα καινοτομίας και τεχνολογίας συνδέοντας όλους τους φορείς της πόλης και της ευρύτερης περιοχής, για παράδειγμα τον Σεπτέμβριο του 2019

πραγματοποιήθηκε το πιο επιτυχημένο Demo Day με 144 συναντήσεις μεταξύ υποψήφιων επενδυτών και Start-ups από την πόλη και όχι μόνο.

Το OK!Thess λειτουργεί ως σύμπραξη από το 2016 και συμμετέχουν εννέα εκ των σημαντικότερων φορέων της Θεσσαλονίκης: ο Δήμος Θεσσαλονίκης, η Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας, το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, το Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδας, ο Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ελλάδας, ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων ΣΕΒΕ, ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής Βορείου Ελλάδας και το Κέντρο Επιχειρηματικής και Πολιτιστικής Ανάπτυξης.



Συνομιλήσαμε με τον υπεύθυνο του OK!Thess, **Αντώνη Ηλία** για το παρόν και το μέλλον του incubator επιχειρηματικότητας.

S.M. Το OK!Thess είναι από τις λίγες ολοκληρωμένες υλοποιήσεις ενός τοπικού συστήματος υποστήριξης της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας και με διεθνείς διασυνδέσεις. Πώς το καταφέρατε;

A. Ηλίας: Κατ' αρχάς, σας ευχαριστούμε για την αναγνώριση και τα καλά λόγια. Είναι αρκετοί οι παράγοντες που έχουν συντελέσει στην επιτυχία του OK!Thess. Πρώτον, είναι μία κοινή πρωτοβουλία πολλών φορέων, οι οποίοι έχουν αγκαλιάσει το OK!Thess και το στηρίζουν στην πράξη ως μία δομή με προστιθέμενη αξία για την πόλη. Ταυτόχρονα, αποδεικνύεται πως η Θεσσαλονίκη με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της πληροί τις προϋποθέσεις, έτσι ώστε να υποστηρίξει μία τέτοια δομή. Πανεπιστήμια με σπουδαίο αντίκτυπο στην περιοχή και, ευρύτερα, νέο επιστημονικό δυναμικό με πολύ καλές βάσεις, εταιρείες με σημαντική εξαγωγική δραστηριότητα – κάτι που συμβάλλει τόσο στην κουλτούρα όσο και στην ενίσχυση της ανάγκης για ανταγωνιστικότητα– μια γεωγραφική θέση που εκ των πραγμάτων μπορεί να λειτουργήσει ως πόλος προσέλκυσης δραστηριοτήτων με υψηλή προστιθέμενη αξία αλλά και αξιοσημείωτη παράδοση δημιουργικών κοινοτήτων σε ποικίλους τομείς, την οποία βλέπουμε να συνεχίζεται με σημερινούς όρους, στην προκειμένη περίπτωση στο Startup οικοσύστημα. Καθετί όμως χρειάζεται και το κατάλληλο timing και νομίζω πως η Θεσσαλονίκη μετά από αρκετά χρόνια εσωστρέφειας, από τη δεκαετία του '90, είκοσι χρόνια μετά, είχε το υπόβαθρο και την ανάγκη να υποδεχτεί θερμά δημιουργικές και παραγωγικές πρωτοβουλίες όπως το OK!Thess.

S.M. Τελικά ένας δήμος μπορεί να έχει ρόλο και «λόγο» στην ανάπτυξης της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας;

A. Ηλίας: Ο ρόλος του δήμου είναι περισσότερο στρατηγικός και έχει να κάνει με τη δημιουργία προϋποθέσεων και την ανάληψη emblematicών πρωτοβουλιών. Όπως κάθε σύγχρονο αστικό κέντρο, έτσι και η Θεσσαλονίκη, που αναμφίβολα θέλει να λογίζεται ως τέτοιο, έχει ανάγκη από ένα δυναμικά αναπτυσσόμενο οικοσύστημα καινοτομίας, αναπόσπαστο μέρος του οποίου αποτελεί το Startup οικοσύστημα. Οι λόγοι έχουν να κάνουν τόσο με ζητήματα ουσίας και άμεσου αποτελέσματος όσο και με το συμβολισμό. Οι Startups είναι ραγδαία αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, οι οποίες εξ ορισμού αναπτύσσουν προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας που απευθύνονται στην παγκόσμια αγορά. Σε αυτήν τη βάση, δημιουργούν θέσεις εργασίας υψηλής ειδίκευσης, ενώ οι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης που οφείλουν να έχουν συνεπάγονται άμεσο οικονομικό αποτέλεσμα για την τοπική οικονομία. Παράλληλα, ένα δυναμικό οικοσύστημα καινοτομίας αποτελεί τη ζωντανή διαφήμιση της οικονομικής δραστηριότητας σε μία πόλη και έναν εξαιρετικό τρόπο ενίσχυσης του city branding. Με επιχειρήσεις που από τους πρώτους μήνες της λειτουργίας τους είναι

εξωστρεφείς, λαμβάνουν επενδύσεις και απασχολούν δυναμικούς και καινοτόμους επιστήμονες, δημιουργείται το κατάλληλο κλίμα στην οικονομία που τονώνει την ιδιωτική πρωτοβουλία, προσελκύει επενδύσεις και συμβολίζει ότι η πόλη έχει όλα εκείνα τα στοιχεία που την καθιστούν διεθνώς ανταγωνιστική αλλά και ελκυστική. Για όλους αυτούς τους λόγους η Θεσσαλονίκη χρειάζεται τις Startups. Η πόλη ενισχύει το οικοσύστημα καινοτομίας για να ενισχυθεί η ίδια, σε βάθος χρόνου, από αυτό. Η δημοτική αρχή και ο δήμαρχος προσωπικά έχουν ψηλά στην πολιτική ατζέντα δράσεις ενίσχυσης της καινοτομίας και της Startup επιχειρηματικότητας. Ενδεικτικό είναι ότι μέσα σε λιγότερο από έναν χρόνο διοίκησης και εν μέσω πανδημίας, είχαμε τη δημιουργία του Κέντρου Ψηφιακού Μετασχηματισμού και Ψηφιακών Δεξιοτήτων της Cisco (DT&S), που αποτελεί προϊόν της στρατηγικής συνεργασίας του Δήμου Θεσσαλονίκης, του υπουργείου Ανάπτυξης, του υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης και της εταιρείας, μία πρωτοβουλία που βάζει την πόλη σε ένα κλειστό club αστικών κέντρων με αντίστοιχη υποδομή.

S.M. Ποια είναι τα βασικά προγράμματα υποστήριξης που προσφέρετε και ποιες οι διασυνδέσεις με το εξωτερικό, τα πανεπιστήμια, τις ΜμΕ και τις μεγάλες επιχειρήσεις της ευρύτερης περιοχής;

A. Ηλίας: Βασική υπηρεσία του OK!Thess αποτελεί ο κύκλος επιτάχυνσης νεοφυών επιχειρήσεων (τρίμηνης διάρκειας), που περιλαμβάνει εκτεταμένη επιχειρηματική εκπαίδευση, συμβουλευτική και καθοδήγηση (coaching) όπως και διασύνδεση με εξειδικευμένα στελέχη από την αγορά (mentoring) για περαιτέρω υποστήριξη. Η επιχειρηματική εκπαίδευση έχει πιο οριζόντια λογική, οι Startups εκτίθενται σε μεγάλο εύρος πληροφορίας, που τους είναι χρήσιμη είτε κατά τη δεδομένη περίοδο είτε στα επόμενα βήματα ανάπτυξής τους. Οπότε, παρακολουθούν Masterclasses σε ποικίλα αντικείμενα, από μεθοδολογικά εργαλεία όπως το Lean startup και το γνωστό BMC μέχρι MVP Development, Product Management, Marketing & Sales και Negotiations. Το coaching εστιάζει περισσότερο στις ανάγκες κάθε ομάδας, όποτε κάθε Startup συνεργάζεται με τον coach της και δουλεύει πάνω σε ένα σύνολο παραδοτέων καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου επιτάχυνσης, με έμφαση στην αξιολόγηση των βασικών υποθέσεων και παραδοχών του εγχειρήματος. Το mentoring έρχεται με την ωρίμανση της επιχειρηματικής ιδέας και είναι μία προσπάθεια διασύνδεσης των Startups με εξειδικευμένους ανθρώπους της αγοράς που έχουν να προσφέρουν τεχνογνωσία για συγκεκριμένες τεχνολογίες ή/και τομείς δραστηριότητας. Παράλληλα, το OK!Thess υποστηρίζει δράσεις που ενισχύουν το οικοσύστημα καινοτομίας φιλοξενώντας τις περισσότερες από τις εκδηλώσεις τεχνολογικών κοινοτήτων της πόλης (meetups), ενώ είμαστε σε μία προσπάθεια αναβάθμισης και των ανοικτών δράσεων με τομεακή εστίαση για να προσελκύσουμε ακόμη περισσότερους ανθρώπους με ενδιαφέρον για την καινοτομία ευρύτερα. Φυσικά, διοργανώνουμε δράσεις εξωστρέφειας για τη δικτύωση των καινοτόμων επιχειρηματικών σχημάτων της πόλης με σημαντικές επιχειρήσεις και επενδυτές του χώρου.

S.M. Πόσες ομάδες έχετε υποστηρίξει μέχρι σήμερα και σε ποιους τομείς; Προέρχονται κυρίως από τη Θεσσαλονίκη και την ευρύτερη περιοχή ή και από όλη την Ελλάδα;

A. Ηλίας: Από τις αρχές του 2017, το πρόγραμμα επιτάχυνσης του OK!Thess παρέχει υποστήριξη σε 107 καινοτόμες επιχειρηματικές ομάδες διοργανώνοντας 12 κύκλους επιτάχυνσης και επώασης επιχειρηματικών ιδεών, τρεις κάθε χρόνο. Οι επιχειρηματικές ομάδες προέρχονται κυρίως από τη Θεσσαλονίκη και την ευρύτερη περιοχή με δεδομένο πως – μέχρι πρόσφατα – το πρόγραμμα απαιτούσε τη φυσική παρουσία των συμμετεχόντων. Από το Μάρτιο του 2020, που εκ των συνθηκών λειτουργούμε ψηφιακά, έχουμε τόσο επιχειρηματικές ομάδες με μέλη σε άλλες περιοχές της χώρας, και κυρίως περιοχές που δεν έχουν αντίστοιχες δομές υποστήριξης της επιχειρηματικότητας, όσο και ομάδες με μέλη που ζουν στο εξωτερικό. Αυτή ήταν μία από τις ενδιαφέρουσες πτυχές της ψηφιακής μετάβασης που εκ των πραγμάτων πραγματοποιήσαμε στον τρόπο που παρέχουμε τις υπηρεσίες μας.

Σε ό,τι αφορά τις αγορές όπου εστιάζουν οι επιχειρηματικές ιδέες, έχουμε μία ισορροπία μεταξύ αρκετών τομέων: Social & Lifestyle, Business Services, Mobility & Logistics, EdTech, Life Science, Tourism & Hospitality και AgriTech. Είναι σημαντικό να σταθούμε και στις τεχνολογίες που αξιοποιούν οι ομάδες για να αναπτύξουν τις λύσεις τους όπου βλέπουμε μία ενθαρρυντική τάση στη χρήση τεχνολογιών της 4ης Βιομηχανικής Επανάστασης, όπως AI, IoT και Big Data Analytics. Ως εκ τούτου, μέχρι σήμερα έξι νεοσύστατες επιχειρήσεις βρίσκονται σε διαδικασία απόκτησης δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, ενώ άλλες εργάζονται προς αυτήν την κατεύθυνση.

S.M. Προσφέρετε κάποιου είδους χρηματοδότηση στις ομάδες ή πρόσβαση σε αυτήν; Τελικά είναι αυτό που λείπει σήμερα στη χώρα μας, ειδικά σε Startups αρχικού σταδίου;

A. Ηλίας: Προσπαθούμε να δημιουργήσουμε τις προϋποθέσεις που θα οδηγήσουν τις Startups σε χρηματοδότηση, αν βέβαια αυτό είναι αναγκαίο με βάση το στάδιο ανάπτυξης και το επιχειρηματικό τους μοντέλο. Στο κομμάτι της εκπαίδευσης μαθαίνουν για τα διαφορετικά εργαλεία χρηματοδότησης αλλά και ευρύτερα τα μέσα και τις συνεργασίες που μπορούν να στηρίξουν την εταιρική τους ανάπτυξη, ενώ σε επίπεδο πληροφόρησης ενημερώνονται για νέες πρωτοβουλίες, κάτι που έτσι κι αλλιώς γίνεται γρήγορα μέσα από την κοινότητα.

Σχετικά με το τι είναι αυτό που λείπει, δεν νομίζω πως λείπουν τα χρηματοδοτικά εργαλεία, ίσως μόνο στο pre-seed επίπεδο επένδυσης, αλλά νομίζω καλύπτεται κι αυτό σιγά σιγά, αν όχι σε όλη τη χώρα, τουλάχιστον στους μεγάλους πυρήνες του Startup οικοσυστήματος σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Λείπει περισσότερο η ενημέρωση και η γνώση σχετικά με τα εργαλεία και αυτό δεν είναι μομφή προς τις Startups, αλλά προς όλους εμάς που ήδη κινού-

μαστε στο οικοσύστημα. Είναι σημαντικό να περνάει το σωστό μήνυμα, ότι κάθε επιχειρηματικό μοντέλο δεν είναι εφικτό να ταιριάζει με όλα τα χρηματοδοτικά εργαλεία και ότι η χρηματοδότηση δεν είναι ο σκοπός του όποιου εγχειρήματος, αλλά το μέσο επίτευξης. Άρα, αν ως Startup γνωρίζω καλά τις ανάγκες μου και τι χρειάζεται για να πετύχω τους σκοπούς μου και ξέρω ταυτόχρονα τις ιδιαιτερότητες κάθε χρηματοδοτικού εργαλείου, έχω μεγαλύτερες πιθανότητες να κάνω τη σωστή επιλογή στον κατάλληλο χρόνο, κάτι που πρακτικά σημαίνει λιγότερος χαμένος χρόνος και αυξημένες πιθανότητες να οδηγηθώ στο επιθυμητό αποτέλεσμα. Να εξασφαλίσω τους πόρους που θα μου επιτρέψουν να εργαστώ για τους σκοπούς μου.

Όσον αφορά τις δράσεις μας, το Thessaloniki Demo Day είναι η πιο γνωστή ίσως εκδήλωση που διοργανώνει το OK!Thess για την προώθηση της δικτύωσης μεταξύ Startups και Venture Capital Funds και angel investors από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Πέντε Demo Days έχουν διοργανωθεί από το OK!Thess μέχρι στιγμής, στο πλαίσιο των οποίων πραγματοποιήθηκαν 380 συναντήσεις μεταξύ επενδυτών και Startups που αναζητούν χρηματοδότηση, κάποιες από τις οποίες, μετά την απαραίτητη ωρίμανση της διαδικασίας, οδήγησαν σε επένδυση. Επίσης, πραγματοποιούμε συχνά εκδηλώσεις για να υποβοηθήσουμε τις συνέργειες στο οικοσύστημα τόσο με την ακαδημαϊκή κοινότητα όσο και με MME που έχουν καινοτόμο δραστηριότητα, αλλά και για την ενημέρωση των Startups για εναλλακτικά χρηματοδοτικά εργαλεία όπως οι μικροπιστώσεις.

Στο πλαίσιο διεύρυνσης δράσεων εξωστρέφειας, το OK!Thess θα διοργανώσει το Partner Day, μία εκδήλωση σε παρόμοια λογική με αυτήν του Demo Day, απευθυνόμενο, ωστόσο, σε ευρύτερο κοινό. Συγκεκριμένα, στο Partner Day του OK!Thess θα καλούνται εκπρόσωποι μεγάλων εταιρειών της χώρας από ποικίλους τομείς δραστηριότητας (τηλεπικοινωνίες, κατασκευές, βιομηχανία, ενέργεια, τραπεζική) για να ακούσουν παρουσιάσεις και να πραγματοποιήσουν συναντήσεις με καινοτόμα επιχειρηματικά και ερευνητικά σχήματα αλλά και MME που επιθυμούν να τους προσεγγίσουν ως στρατηγικούς εταίρους, επιδιώκοντας σύμπραξη μαζί τους στο πλαίσιο ανάπτυξης ή/και χρήσης του προϊόντος ή της υπηρεσίας που αναπτύσσουν.

S.M. Τι αναμένουμε να δούμε στο κοντινό μέλλον του OK!Thess και ποια είναι τα πλάνα εξέλιξής του;

A. Ηλίας: Στόχος μας είναι ένα ευρύτερο και συνεκτικότερο οικοσύστημα καινοτομίας. Προσανατολιζόμαστε σε μια προσπάθεια ενίσχυσης των δράσεων που εξασφαλίζουν στο οικοσύστημα ροή και προοπτική εξέλιξης. Τι σημαίνει αυτό πρακτικά: ανοικτές δράσεις που απευθύνονται σε ανθρώπους που ενδιαφέρονται να αποκτήσουν υπόβαθρο σε ζητήματα επιχειρηματικότητας και νέων τεχνολογιών, υποστήριξη αυτών μέσω του κύκλου επιτάχυνσης όταν ωριμάζοντας σταδιακά



ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΖΕΡΒΑΣ Δήμαρχος Θεσσαλονίκης: Η Θεσσαλονίκη ένα διεθνές κέντρο καινοτομίας

Η Θεσσαλονίκη διαθέτει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που αν αξιοποιηθούν μπορούν να τη μετατρέψουν σε ένα μοναδικό και διεθνώς αναγνωρίσιμο κέντρο καινοτομίας με ξεχωριστή ταυτότητα και προοπτική. Από την πρώτη στιγμή εργαζόμαστε προς αυτήν την κατεύθυνση και λαμβάνουμε πρωτοβουλίες που ενώνουν όλους τους φορείς του οικοσυστήματος καινοτομίας. Συμμετέχουμε και στηρίζουμε στην πράξη το Κέντρο Ψηφιακού Μετασχηματισμού και Ψηφιακών Δεξιοτήτων της Cisco που ανοίγει μία διεθνή πύλη καινοτομίας για την πόλη και ενισχύουμε το OK!Thess για την ανάδειξη της Startup κοινότητας.

Χρειαζόμαστε ιστορίες επιτυχίας με έντονο το στοιχείο της πόλης, με ανθρώπους που ζουν και εργάζονται σε αυτήν, καινοτομούν και καταφέρνουν να έχουν διεθνή παρουσία δουλεύοντας από εδώ. Φιλοδοξία μας είναι οι άνθρωποι, οι φορείς, οι εταιρείες της πόλης να διαδραματίσουν έναν ρόλο πρωταγωνιστικό και όχι συμπληρωματικό. Δικό μας μέλημα να δημιουργήσουμε προϋποθέσεις που θα συμβάλλουν σε αυτήν την κατεύθυνση, δική μας ευθύνη η ανάδειξη της πόλης και σε αυτό το πεδίο.

Ο όρος «Smart Cities» άλλωστε, ως βασικός προγραμματικός στόχος, είναι εξ ορισμού φιλόδοξος και σχηματοποιεί μια θετική για το μέλλον εξέλιξη και πορεία. Η αξιοποίηση όλων των διαθέσιμων τεχνολογικών μέσων, η υιοθέτηση των καινοτόμων πρακτικών και η εφαρμογή τους σε πληθώρα πεδίων της πραγματικής ζωής είναι σε θέση να βελτιώσουν την καθημερινότητα και να μας δώσουν την ευκαιρία να ζήσουμε και να εργαστούμε σε ένα καλύτερο περιβάλλον όπου η καινοτομία δεν θα αποτελεί μακρινή στοχοθεσία αλλά πάγια πρακτική.

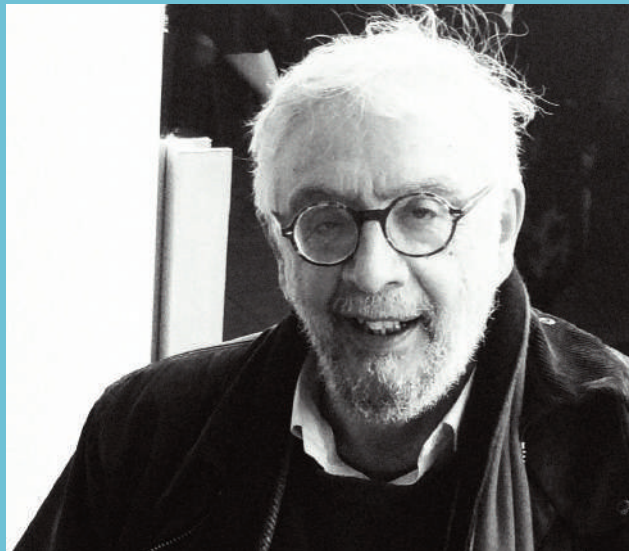


Θελήσουν να δουλέψουν πάνω σε μία καινοτομία ιδέα τους και διασύνδεσή τους με φορείς χρηματοδότησης και υποψήφιους στρατηγικούς εταίρους όταν πλέον έχουν ωριμάσει αρκετά ώστε να προχωρήσουν σε αυτό το στάδιο. Επιδίωξή μας δεν είναι να απλώσουμε το εύρος της δραστηριότητάς μας, αλλά να δημιουργήσουμε συνθήκες και προϋποθέσεις ώσμωσης και αλληλεπίδρασης μεταξύ των δρώντων υποκειμένων του οικοσυστήματος.

S.M. Τι πρέπει να γίνει για να δημιουργηθεί ένα ολοκληρωμένο οικοσύστημα Startups στη χώρα μας; **Χρειαζόμαστε ένα «OK!Thess» σε κάθε πρωτεύουσα νομού με θεματικές που θα ορίζονται κεντρικά και στρατηγικά;**

Α. Ηλίας: Μακάρι κάθε πρωτεύουσα νομού, όπως το

Λέτε, να μπορούσε να «σπκώσει» μία τέτοια δομή. Ίσως σε πολλές θα ήταν δύσκολο λόγω της έλλειψης νέων και καταρτισμένων ανθρώπων που θα λειτουργούσαν ως πρώτος και βασικός πυρήνας ανάπτυξης ενός τοπικού οικοσυστήματος. Η τομεακή εξειδίκευση, ωστόσο, είναι ένας έξυπνος τρόπος ανάδειξης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων κάθε περιοχής και ένα πρώτο βήμα για να αγκαλιάσει μία τέτοια πρωτοβουλία η τοπική κοινωνία. Μην ξεχνάμε ότι υπάρχει συσσωρευμένη γνώση δεκαετιών σε συγκεκριμένους τομείς της οικονομίας ανά περιοχή και η ώσμωση αυτής της γνώσης με καινοτόμες πρακτικές θα αποτελούσε εξαιρετικά παραγωγική προοπτική. Συμπερασματικά, δεν ξέρω αν θα μπορούσαμε να έχουμε ένα τοπικό Startup οικοσύστημα σε κάθε περιοχή, αλλά σίγουρα θα μπορούσαμε να έχουμε ένα Startup οικοσύστημα με αντίκτυπο σε κάθε περιοχή της χώρας.



ΤΑ «ΜΥΣΤΙΚΑ» ΤΗΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΤΩΝ STARTUPS ΚΑΙ Η «ΓΕΝΝΗΣΗ» ΕΝΟΣ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Του Σιμόν Μπενσασσών *

Η δεύτερη δεκαετία του αιώνα μας βρήκε τη Θεσσαλονίκη, όπως και την υπόλοιπη χώρα, σε οικονομική κρίση και με τις επιχειρήσεις να κλείνουν. Έχει ειπωθεί πως ακόμη και εάν, ως διά μαγείας, περνούσε ξαφνικά η κρίση, οι επιχειρήσεις που θα είχαν απομείνει θα μπορούσαν να απορροφήσουν μόνο ένα μικρό κομμάτι της ανεργίας. Υπήρχε, και υπάρχει, η ανάγκη για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων σε εμπορεύσιμους τομείς – είτε αυτές ξεκινούν από αμιγώς εγχώριες προσπάθειες, είτε είναι αποτέλεσμα ξένων επενδύσεων.

Τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 2010, η Θεσσαλονίκη άρχισε να κάνει βήματα στον τομέα της τεχνολογικής καινοτομίας, όπως η δημιουργία της β-CAE, η Exothermia και άλλες. Στο τομέα των Startups τα βήματα είναι δειλά και γίνονται κυρίως από τα ανταγωνιστικά προγράμματα έρευνας της ΕΕ. Η δημιουργία τεχνολογικών από το ΑΠΘ ξεκινάει με καλά, αλλά λίγα, αποτελέσματα, που όμως «απογειώνονται» από τα μέσα της δεκαετίας και πέρα. Πρωτοβουλίες που συνέβαλαν στο ξεκίνημα ενός οικοσυστήματος ήταν το γνωστό «Open-Coffee» και το SKG-Tech – ένας οργανισμός που κάλυπτε άτομα και άτυπες ομάδες κυρίως στο χώρο του λογισμικού. Οι ομάδες του SKG-Tech οργάνωναν συνα-

ντήσεις (meetups) για να παρουσιάσουν στα μέλη τους τις τελευταίες εξελίξεις ή καλές πρακτικές στον τομέα τους (π.χ. σε JS, Python, AI κ.λπ.).

Στα τέλη του 2014 και στις αρχές του 2015 η διοίκηση του Δήμου Θεσσαλονίκης θέλησε να συμβάλει στη δημιουργία ενός περιβάλλοντος που θα βοηθούσε νέους ανθρώπους να δοκιμάσουν να επιχειρήσουν. Ένας δήμος βέβαια δεν μπορεί να αλλάξει ένα νομικό πλαίσιο που στιγματίζει και τιμωρεί την αποτυχία ή επιβάλλει μια εξουθενωτική γραφειοκρατία. Δεν μπορεί να κάνει τίποτα για ένα φορολογικό πλαίσιο που δυσκολεύει το ξεκίνημα μιας προσπάθειας, ούτε για ένα δικαστικό σύστημα που θα γονατίσει μια νέα επιχείρηση αν κάτι πάει στραβά. Μπορεί όμως να βοηθήσει ομάδες που θα ήθελαν να επιχειρήσουν να αντιμετωπίσουν και το κρατικό θηρίο και την αγορά.

Για να ενισχύσει την προσπάθειά του, ο δήμος θέλησε να φέρει γύρω από το ίδιο τραπέζι όσους φορείς της πόλης μπορούσαν να συνεισφέρουν στη δημιουργία του περιβάλλοντος που αναφέραμε, αρχίζοντας από τον πιο συγκεκριμένο προσδιορισμό των στόχων. Οι φορείς αυτοί ήταν τα τέσσερα ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα της πόλης, ο Σύνδε-



σμος Βιομηχανιών Ελλάδος, ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων, η Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας και φυσικά ο Δήμος Θεσσαλονίκης. Σε αυτούς προστέθηκαν αργότερα και ο Σύνδεσμος Εταιρειών Πληροφορικής ΒΕ και το ΚΕΠΑ.

Με ένα μνημόνιο συνεργασίας ανάμεσα στους φορείς δημιουργήθηκε το OK!Thess («OK» σημαίνει «Οικοσύστημα Καινοτομίας»). Κάθε φορέας συνεισέφερε στη λειτουργία του OK!Thess. Για παράδειγμα, ο δήμος προσέφερε το κτίριο όπου στεγάστηκε αυτή η πρωτοβουλία καθώς και τη γραμματειακή υποστήριξη. Αποφασιστικό ρόλο όμως έπαιξε μια δωρεά 250.000 ευρώ από το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος που επέτρεψε τη λειτουργία του OK!Thess χωρίς καμία χρήση δημόσιου ή δημοτικού χρήματος – και ως εκ τούτου με ελάχιστη γραφειοκρατική επιβάρυνση.

ΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΚΛΕΙΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΟΣ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Η δεκαετία τελειώνει με την πανδημία του κορωνοϊού. Δεν ξέρουμε πόσο μακροπρόθεσμες θα είναι οι επιπτώσεις της, όπως δεν ξέρουμε πώς ακριβώς θα εκφραστούν. Θα επικεντρωθώ σε δύο πράγματα που θεωρώ πως είναι απαραίτητα, ανεξάρτητα από τη μορφή που θα πάρουν οι δυνητικές αλλαγές: η σημασία της αποτυχίας και οι απαραίτητες πηγές χρηματοδότησης.

Ο **φόβος της αποτυχίας** και του κόστους της φρενάρει νέους με πραγματικά καλές ιδέες. Ο φόβος συχνά πηγάζει από την αδυναμία να εκτιμήσουν την αξία της ιδέας στην αγορά, καθώς και το χρόνο και τα έξοδα που συνεπάγεται η εφαρμογή της. Η βοήθεια στην αξιολόγηση των δύο αυτών πραγμάτων αυξάνει το πλήθος των ιδεών, και αυτό έχει επιπτώσεις σε ατομικό και σε συλλογικό επίπεδο:

- (α) Στο ατομικό επίπεδο, είναι σημαντικό μια ομάδα να καταλάβει σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα και με ελάχιστο κόστος ότι η ιδέα της δεν έχει ελπίδες στην αγορά και να την εγκαταλείψει ή να βρει μια άλλη. Η εμπειρία της αποτυχίας είναι πολύτιμη: Η επιτυχία είναι επιθυμητή, αλλά προσφέρει λίγη εμπειρία και χωρίς προηγούμενη αποτυχία είναι εύθραυστη.
- (β) Στο συλλογικό επίπεδο θα πρέπει να δούμε την αποτυχία ως συμπλήρωμα του συστήματος εκπαίδευσης. Στην πορεία ενός κύματος δημιουργίας Startups θα υπάρχουν περισσότερες αποτυχίες από επιτυχίες. Το ανθρώπινο δυναμικό που αφήνουν πίσω οι αποτυχίες δεν μένει πραγματικά πίσω, αλλά είτε ξαναδοκιμάζει με τη νεοαποκτηθείσα εμπειρία, είτε απασχολείται σε Startups που βρίσκονται σε φάση ανάπτυξης ή σε ώριμες εταιρείες που έχουν ανάγκη ακριβώς από το προσωπικό που έμεινε πίσω: άρτια εκπαιδευμένα άτομα από το πανεπιστήμιο, ανοιχτά στην καινοτομία και με γνώση του τι θα πει «πελάτης» και τι θα πει «αγορά».

Η αποτυχία είναι δηλαδή ένα φυσικό συμπλήρωμα στις σπουδές, αρκεί να έρχεται γρήγορα.

Υπάρχουν **πηγές χρηματοδότησης** για Startups κάποιου μεγέθους ή για Startups που έχουν επενδύσει σημαντικά σε χρόνο και χρήμα για την ωρίμανση και τη δοκιμασία της ιδέας τους στην αγορά. Το γνωστότερο και ποιοτικά σημαντικότερο τέτοιο εργαλείο σήμερα είναι το Equifund.

Υπάρχει έλλειψη χρηματοδότησης στο επίπεδο της ιδέας καθώς και στο διάστημα από την επαλήθευση της ιδέας στην είσοδο στην αγορά – τη λεγόμενη «κοιλιάδα του θανάτου». Εδώ βλέπουμε το ρόλο του Δημοσίου –και ιδιαίτερα της αυτοδιοίκησης– όχι στην ίδια τη χρηματοδότηση, αλλά στη στήριξη της ιδέας ώστε να χρειάζεται την ελάχιστη χρηματοδότηση κατά τα πρώτα βήματα. Χρειάζεται η δραστηριοποίηση «επιχειρηματικών αγγέλων» που να χειρίζονται καθαρά ιδιωτικά κεφάλαια, αλλά η συμβολή τους να μην είναι μόνο οικονομική. Ο ιδανικός επιχειρηματικός άγγελος, εκτός από την εξεύρεση χρηματοδότησης, είναι σε θέση να δώσει οικονομικές και διαχειριστικές συμβουλές, να προωθήσει το προϊόν της Startup στην αγορά, να εξασφαλίσει διεθνή δικτύωση και άλλα πολλά.

Για να επιτύχει μια Startup με εμπορεύσιμα προϊόντα θα πρέπει να έχει στόχο τη διεθνή αγορά. Η τοπική αγορά μπορεί καμιά φορά να παίξει σημαντικό ρόλο στην επαλήθευση της ιδέας και στη δημιουργία κρίσιμης μάζας χρηστών και έτσι να γίνει εφαλτήριο για την επέκταση σε διεθνείς αγορές. Δυστυχώς, η τοπική αγορά της Ελλάδας είναι μικρή και της Θεσσαλονίκης ακόμη μικρότερη. Καθώς η Θεσσαλονίκη έχει μια εξέχουσα θέση σε σχέση με τους βόρειους γείτονες, είναι σημαντικό μια συνεργασία σε βαλκανικό επίπεδο να συμβάλει στη δημιουργία μιας μεγαλύτερης βαλκανικής αγοράς που να μπορεί να θεωρηθεί η τοπική αγορά όλων μας. Ο τρόπος να επιτευχθεί κάτι τέτοιο δεν μπορεί να έρθει από κρατικές συμφωνίες, αλλά από την ίδια την αγορά. Οι φορείς που μπορούν να το πετύχουν είναι το κεφάλαιο – ξεκινώντας από τους επιχειρηματικούς αγγέλους. Αν η νομοθεσία όλων των χωρών διευκόλυνε τις συγχρηματοδοτήσεις (syndicated funds) χωρίς σύνορα, μια τέτοια αγορά θα μπορούσε να δημιουργηθεί σιγά-σιγά: Ένας Βούλγαρος που έχει επενδύσει σε μια ελληνική Startup έχει συμφέρον να προωθήσει το ελληνικό προϊόν στη Βουλγαρία και αντιστρόφως. Αυτό ενισχύεται και από το εξής: Όταν το προϊόν ή υπηρεσία σου προσβλέπει στη διεθνή αγορά, ο γείτονας είναι απίθανο να είναι και ο ανταγωνιστής σου. Είναι πιθανότερο να είναι ο δυνητικός συνεργάτης σου, που θα σε βοηθήσει και θα τον βοηθήσεις να βγείτε μαζί στις διεθνείς αγορές.

*** Ο Σιμόν Μπενσασσών έχει πτυχίο αρχιτεκτονικής από το ΑΠΘ και επιστήμης υπολογιστών από το Πανεπιστήμιο του Λονδίνου. Υπήρξε επιχειρηματίας, υψηλόβαθμο στέλεχος της ΕΕ στον τομέα της έρευνας, πρόεδρος του δημοτικού συμβουλίου Θεσσαλονίκης και υπεύθυνος για το OK!Thess.**

NBG BUSINESS SEEDS

Ο «ΚΑΤΑΛΥΤΗΣ» ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ, ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Με την υποστήριξη της Εθνικής Τράπεζας και του προγράμματος NBG Business Seeds, η Θεσσαλονίκη έχει μεταμορφωθεί τα τελευταία 10 χρόνια σε ένα hub τεχνολογικής έρευνας, καινοτομίας και ανάπτυξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας, με διεθνή εμβέλεια, πραγματικό αντίκτυπο στην ελληνική οικονομία και πολλά success stories.

Του Σωτήρη Γιαννάτου



Την τελευταία δεκαετία, η Θεσσαλονίκη έχει εξελιχθεί σε ένα διεθνές τεχνολογικό hub και έχει αποτελέσει την «θερμοκοιτίδα» ανάπτυξης καινοτομίας και νεοφυούς επιχειρηματικότητας, με την δημιουργία πολλών και εξαιρετικά επιτυχημένων Startups, με πολλές διακρίσεις σε βραβεία και διαγωνισμούς στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Πρόκειται για καινοτόμες εταιρείες με βάση τα διεθνή πρότυπα, με αρκετές να έχουν αναπτύξει διεθνή δραστηριότητα.

Καταλυτική συμβολή στην μεταμόρφωση της Θεσσαλονίκης σε κόμβο καινοτομίας, τεχνολογίας και επιχειρηματικότητας – και μάλιστα κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης– υπήρξε η συμβολή της Εθνικής Τράπεζας που πρωτοπορεί στη χρηματοδότηση τεχνολογιών αιχμής και καινοτομίας.

Η Εθνική Τράπεζα μέσα από ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα, το NBG Business Seeds, στηρίζει την καινοτόμο επιχειρηματικότητα με δράσεις χρηματοδότησης, ανάδειξης και προβολής καινοτόμων ιδεών και έργων, εκπαίδευσης και καθοδήγησης

ομάδων, παροχής υποδομών και δικτύωσης.

Ταυτόχρονα, στηρίζει πρωτοβουλίες όπως το ιδιαίτερα επιτυχημένο OK!Thess και το νέο τεχνολογικό πάρκο Thess INTEC καθώς και σε συνεργασία με τα τοπικά πανεπιστημιακά ιδρύματα, και τους τοπικούς φορείς και οργανισμούς για την προώθηση της νεοφυούς επιχειρηματικότητας και της ανάπτυξης επιχειρηματικών σχεδίων που μπορούν να δημιουργήσουν τους founders της επόμενης γενιάς.

Μόνο μέσω του Διαγωνισμού Καινοτομίας & Τεχνολογίας που φέτος διανύει την 11η χρονιά του, η Εθνική Τράπεζα έχει δώσει σημαντικά χρηματικά βραβεία σε ομάδες της βορείου Ελλάδας. Στον 8ο Διαγωνισμό το πρώτο βραβείο είχε απονεμηθεί σε μια ερευνητική ομάδα του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, την CubesCoding. Πέραν του χρηματικού βραβείου των 20.000 ευρώ και τη σημαντική προβολή, η ομάδα συμμετείχε και στο Bootcamp του Reload Greece στο Λονδίνο όπου απέσπασε το δεύτερο βραβείο.



Για την αξιολόγηση των προτάσεων του Διαγωνισμού το πρόγραμμα συνεργάζεται με μέλη ΔΕΠ του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Τα τελευταία χρόνια η Εθνική Τράπεζα έχει προχωρήσει σε σημαντικές συνεπενδύσεις μαζί με τα μεγαλύτερα επιχειρηματικά κεφάλαια της χώρας, ενώ παράλληλα συμμετέχει ως ιδιώτης επενδυτής (Limited Partner) σε πέντε επιλεγμένες εταιρείες κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών στο πλαίσιο του Equifund Fund of Funds: Uni.fund, Metavallon, Big Pi, Marathon και Synergia. Η συνολική επένδυση κατατάσσει την Εθνική Τράπεζα ως τον δεύτερο μεγαλύτερο ιδιώτη επενδυτή μετά το EIF (Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων). Στελέχη του NBC Business Seeds συμμετέχουν στα advisory boards των Unifund, Metavallon και Big Pi.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Η Εθνική Τράπεζα έχει χρηματοδοτήσει εταιρείες του τοπικού οικοσυστήματος με πάνω από 1 εκατ. ευρώ σε μορφή επενδυτικού κεφαλαίου (equity), επιτρέποντας να αναπτυχθούν πολλές startups και να διακριθούν σε εθνικό ή σε διεθνές επίπεδο, όπως για παράδειγμα την **Fieldscale** (εταιρεία που δραστηριοποιείται στο σχεδιασμό των τεχνικών χαρακτηριστικών οθονών αφής), και τις **Itbooms**, **Apifon**, **Goodvidio** (εταιρείες λύσεων και προϊόντων digital marketing με σημαντικές συνεργασίες).

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ

Η συνεχής στήριξη της καινοτομίας στην βόρεια Ελλάδα, με επίκεντρο την Θεσσαλονίκη, συνοδεύεται με συγκεκριμένες δράσεις για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και την ανάπτυξη της καινοτομίας.

Τέτοιες δράσεις είναι:

- Χορηγία του **feasibility study** για το νέο τεχνολογικό πάρκο **Thess INTEC**, που θα αποτελέσει το μεγαλύτερο του είδους στην νοτιοανατολική Ευρώπη.

Οι βασικές και μακροχρόνιες συνεργασίες του προγράμματος είναι με το ΑΠΘ και το OK!Thess. Σε συνέχεια υπογραφής των μνημονίων συνεργασίας έχουν υλοποιηθεί οι παρακάτω δράσεις:

- Διοργάνωση για τέσσερις συνεχόμενες χρονιές του τετραμήνου bootcamp **Match & Develop a startup Thess** στους χώρους του OK!Thess και υποστήριξη περισσότερων από 120 Startups.
- Συνδιοργάνωση της Ημερίδας «**Η καινοτομία στη Β. Ελλάδα και οι φορείς που τη στηρίζουν**» τον Οκτώβριο 2020 με συμμετοχή 30 φορέων της Β. Ελλάδας.
- Συμμετοχή στη συμβουλευτική επιτροπή του OK!Thess και σταθερή παρουσία στα **Demo Days** που διοργανώνει.
- Υποστήριξη **spinoff** εταιρειών του ΑΠΘ σε συνεργασία με το Κέντρο Μεταφοράς Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου.

Επιπλέον:

- Υπογραφή μνημονίου με το ΕΚΕΤΑ και συνεργασία σε σημαντικά ευρωπαϊκά έργα.
- Σταθερή παρουσία στη **Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης** με παρουσιάσεις, εργαστήρια, ομιλίες και συμμετοχή σε πάνελ.
- Στήριξη του νέου **Digital Innovation Hub MOVE2DT** με «Letter of Support».
- Συμμετοχή με ομιλίες σε διοργανώσεις **OpenCoffee** και στο **TechSaloniki**.
- Συνεργασία με την **Αμερικάνικη Γεωργική Σχολή** σε εκδηλώσεις αγροδιατροφής, καθώς επίσης και συμμετοχή στο πρόγραμμα «Νέα Γενιά για την Νέα Γεωργία».





ΝΙΚΟΣ ΕΥΘΥΜΙΑΔΗΣ

Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του φορέα ειδικού σκοπού διαχείρισης του τεχνολογικού πάρκου «Thess-INTEC»

«Ανώτατα και ανώτερα στελέχη της Εθνικής Τράπεζας παρακολουθούν από κοντά και μας συμβουλεύουν για καλές πρακτικές λειτουργίας, ενώ εδώ και χρόνια η Τράπεζα έχει αναπτύξει ένα σημαντικό πρόγραμμα υποστήριξης Νεοφυών επιχειρήσεων (NBG Business Seeds) το οποίο έχει ισχυρή και πετυχημένη παρουσία στη Βόρεια Ελλάδα. Η Εθνική Τράπεζα ήταν μια από τις πρώτες επιχειρήσεις Χορηγοί και σήμερα είναι Μεγάλοι Δωρητές στην προσπάθεια υλοποίησης του Thess INTEC».



Δρ ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΛΟΥΦΑΚΗΣ

Πρόεδρος της Αλεξάνδρειας Ζώνης Καινοτομίας (AZK AE)

«Η Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας προωθεί δράσεις υποβοήθησης του οικοσυστήματος καινοτομίας στη Θεσσαλονίκη. Η συμμετοχή της Εθνικής Τράπεζας στην υποστήριξη του ThessINTEC είναι πολύ σημαντική τόσο στη χρηματοδότηση των αρχικών μελετών όσο και στη συνέχειά του».

Επισημαίνει μάλιστα πως η συμβολή της Εθνικής Τράπεζας στην ανάπτυξη του τοπικού οικοσυστήματος ήταν καθοριστική: «Χρειάζεται να ενθαρρυνθούν οι νέοι να ιδρύσουν επιχειρήσεις και να κάνουν startups βασισμένες στις γνώσεις και στις ιδέες τους. Πραγματικά υπάρχουν πολύ μεγάλα συγκριτικά πλεονεκτήματα στην περιοχή μας, όπως το ανθρώπινο δυναμικό. Αλλά για όλα αυτά, απαιτούνται συνέργειες και κίνητρα.»



ΑΝΤΩΝΗΣ ΗΛΙΑΣ

Επικεφαλής του OK!Thess

«Η συνεργασία του OK!Thess με το NBG Business Seeds της Εθνικής Τράπεζας μας προσφέρει τη δυνατότητα από τη μία πλευρά να συμβάλλουμε στην ενίσχυση του startup οικοσυστήματος της χώρας, εισφέροντας την γνώση από το τοπικό οικοσύστημα της Θεσσαλονίκης και ταυτόχρονα να έρθουμε πιο κοντά και να γνωρίσουμε ανθρώπους, φορείς και οργανισμούς που κάνουν την ίδια προσπάθεια σε άλλες περιοχές της χώρας. Το NBG Business Seeds μας φέρνει κοντά σε επαγγελματίες με υψηλή εξειδίκευση και τεχνολογία, ενώ συμβάλλει τα μέγιστα σε εκδηλώσεις που έχουν σκοπό την εξωστρέφεια και την ενδυνάμωση του startup οικοσυστήματος έχοντας πάντα ως προτεραιότητα να αναδείξει όλους εκείνους που επιχειρούν, καινοτομούν και καταφέρνουν να κάνουν τη διαφορά δημιουργώντας τις ιστορίες επιτυχίας και τα καλά παραδείγματα που τόσο χρειαζόμαστε».



ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ ΣΤΥΛΙΑΝΙΔΗΣ

Αντιπρύτανης Έρευνας και Διά Βίου Εκπαίδευσης του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης

«Φέτος το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης κλείνει 10 χρόνια ουσιαστικής συνεργασίας με το πρόγραμμα NBG Business Seeds της Εθνικής Τράπεζας. Η συνεργασία αυτή συντελεί στην αξιοποίηση της έρευνας για την κάλυψη αναγκών της κοινωνίας και της αγοράς. Το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και η Εθνική Τράπεζα ανέπτυξαν από κοινού ενέργειες αμοιβαίας πληροφόρησης, δικτύωσης, ανάδειξης και υποστήριξης ώριμων ερευνητικών αποτελεσμάτων και προβολής καινοτόμων ιδεών, μέσα από δράσεις εκπαίδευσης και καθοδήγησης ομάδων, παροχής υποδομών δικτύωσης και χρηματοδότησης».



«MATCH & DEVELOP A STARTUP THESSALONIKI»

Συνολικά πάνω από 120 ομάδες και 230 άτομα έχουν λάβει μέρος στα τρία χρόνια διοργάνωσης του τετραήμερου bootcamp «Match & Develop a Startup Thessaloniki».

Το πιο σημαντικό κομμάτι του bootcamp αφορά στο mentoring από ανώτατα στελέχη τοπικών επιχειρήσεων και αναγνωρισμένων επαγγελματιών όπως Veltio, EpsilonNet, Logismos, Agnotis, Βιοζοκάτ, DataScouting, Brite Solar Technologies, Geekbot, Παπαποστόλου, Thermi Group, Atlantis, I4G, ACT και Bayer. Επίσης περιλαμβάνει ομιλίες από αναγνωρισμένους φορείς και πρωτοβουλίες του οικοσυστήματος σε εξειδικευμένα θέματα επιχειρηματικής δραστηριότητας, Lean Startup από το ΕΚΠΑ, Νομικά θέματα από το δικηγορικό γραφείο Λαμπαδάριος και Συνεργάτες και το Γραφείο Μεταφοράς Τεχνολογίας του ΑΠΘ, Business analytics και Pitching από στελέχη του Business Seeds και των Uni.fund και Metavallon VC, θέματα ασφάλειας από τη Census, εισαγωγής στα οικονομικά από την PWC.

Στο τετραήμερο δίνουν το παρόν στελέχη από φορείς χρηματοδότησης: Metavallon, Uni.fund, Big Pi, NBG Business Seeds και The People's Trust.



ΔΟΜΕΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Η Εθνική Τράπεζα διαθέτει δομή υποδοχής για startups στο κατάστημα Θερμαϊκού (12ο χιλ. Θεσσαλονίκης – Αεροδρομίου, Πυλαία). Έξι στελέχη της δραστηριοποιούνται ως πρεσβευτές του προγράμματος NBG Business Seeds και συμμετέχουν σε εκδηλώσεις και δράσεις του τοπικού οικοσυστήματος.

NBG Business Seeds



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ



THERMI GROUP

ΕΝΑΣ ΟΜΙΛΟΣ - «ΘΕΜΕΛΙΟ» ΣΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Μέσω των προγραμμάτων υποστήριξης και οικονομικής ενίσχυσης που «τρέχει» εδώ και χρόνια το THERMI GROUP, έχει καταφέρει να «μεγαλώσει» ολόκληρες γενιές νεοφυών επιχειρήσεων – και συνεχίζει...



Στην Ελλάδα, μια χώρα που μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να έρχεται σε πιο «στενή επαφή» με την καινοτομία και να μαθαίνει τι σημαίνει Startup επιχειρηματικότητα, υπάρχει ένας οργανισμός που ήδη από το 2005 έχει αφιερωθεί αποκλειστικά σε αυτό. Ο λόγος για τον όμιλο εταιρειών THERMI GROUP, ο οποίος έχει στόχο την υποστήριξη και την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρήσεων σε όλα τα στάδια ανάπτυξής τους. Ο όμιλος σήμερα παρέχει υπηρεσίες υποστήριξης και seed capital μέσω της θερμοκοιτίδας THERMI A.E, κατά το στάδιο της επιχειρηματικής ιδέας και της υλοποίησής της, ενώ κατά την περαιτέρω ανάπτυξη της εταιρείας επενδύει στο επιχειρηματικό της κεφάλαιο και την καθοδηγεί μέσω της THERMI VENTURE CAPITAL A.EΔΑΚΕΣ (THERMI VCM).

THERMI A.E: ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΙ SEED CAPITAL ΣΕ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 80 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων THERMI A.E ξεκίνησε τη δραστηριότητά της το 2005. Σκοπός της είναι η υποστήριξη Startup εταιρειών με προϊόντα ή υπηρεσίες που βασίζονται σε καινοτόμες τεχνολογίες ανεξαρτήτως κλάδου δραστηριότητας. Η υποστήριξη περιλαμβάνει υπηρεσίες επιχειρηματικής καθοδήγησης και seed capital. Από το 2005 έως σήμερα η THERMI έχει υποστηρίξει περισσότερες από 80 επιχειρήσεις και έχει επενδύσει κεφάλαιο ύψους 5,5 εκατομμύρια ευρώ.



Από το 2010 η THERMI επενδύει στην καθιερωμένη εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού της συμμετέχοντας στο «CHORUS Cluster» για τις τεχνολογίες της καθαρής ενέργειας σε συνεργασία με το ΕΚΕΤΑ και στο ευρωπαϊκό έργο «Media Motor Europe» για την υιοθέτηση καινοτόμων προϊόντων τεχνολογίας από ευρωπαϊκούς φορείς των μέσων μαζικής ενημέρωσης και της δημιουργικής βιομηχανίας.

Κατά την τελευταία πενταετία, η THERMI έχει υλοποιήσει δύο κύκλους προγράμματος Acceleration (ένα τρίμηνο πρόγραμμα επιτάχυνσης νεοφυών επιχειρήσεων που ολοκληρώνεται με pitching event σε επενδυτές) σε συνεργασία με το ACT Entrepreneurship Hub, ενώ αυτήν την περίοδο στο πλαίσιο του έργου «Media Motor Europe» όπου ήδη τρέχει ο δεύτερος κύκλος, παρέχει coaching, mentoring και networking, σε ευρωπαϊκές και ελληνικές Startups. Οι ελληνικές Startups Medoid.ai και AdWork.tech που συμμετέχουν στον πρώτο κύκλο του προγράμματος χρησιμοποιούν τεχνολογίες μηχανικής μάθησης και προσφέρουν υπηρεσίες ελέγχου περιεχομένου μηνυμάτων κοινωνικών δικτύων και τοποθέτησης εικονικών προϊόντων σε αρχαιακές και νέες παραγωγές video, αντίστοιχα.

THERMI VCM ΑΕΔΑΚΕΣ: ΤΟ ΜΟΝΑΔΙΚΟ VC ΜΕ ΕΔΡΑ ΤΗ ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ

Η THERMI VENTURE CAPITAL MANAGEMENT ΑΕΔΑΚΕΣ ξεκίνησε τη δραστηριότητά της το 2008. Έως σήμερα διαχειρίζεται το μοναδικό Venture Capital Fund με έδρα τη βόρεια Ελλάδα, ύψους 24 εκατ. ευρώ, που επενδύει σε ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο στάδιο του Growth.

Ο CEO THERMI GROUP Νικόλας Τακάς μιλά στο Startupper MAG σχετικά με τις δραστηριότητες του ομίλου, το οικοσύστημα της Θεσσαλονίκης αλλά και το μέλλον τόσο της καινοτομίας στην πόλη όσο και της ίδιας της THERMI.

S.M. Λειτουργείτε έναν από τους πρώτους Incubators τεχνολογικών εταιρειών στη Θεσσαλονίκη, μπορείτε να μας πείτε ποιες υπηρεσίες προσφέρετε και πόσες εταιρείες έχετε υποστηρίξει μέχρι σήμερα;

Η THERMI παρέχει υπηρεσίες «coaching» με έμφαση στον καθορισμό επιχειρηματικής στρατηγικής, mentoring, networking και fundraising. Στόχος των υπηρεσιών της είναι η αύξηση της ετοιμότητας των νεοσύστατων επιχειρήσεων που υποστηρίζει, ώστε οι διοικήσεις τους να ανταπεξέλθουν επιτυχώς στις πραγματικές συνθήκες της αγοράς και να εκμεταλλευτούν κατά το μέγιστο τη δικτύωση που τους προσφέρεται, ώστε να προχωρήσουν στο επόμενο βήμα.

Η THERMI έχει υποστηρίξει μέσω της θερμοκοιτίδας πάνω από 80 επιχειρήσεις από τη σύστασή της έως σήμερα.

S.M. Ποια είναι τα βασικά χαρακτηριστικά μιας Startup/ομάδας για να συμμετάσχει στον Incubator; Εστιάζετε σε κάποιους συγκεκριμένους τομείς;

Ως προς τη THERMI, δεν υπάρχει αυστηρή τομεακή στόχευση. Αξιολογούμε ομάδες και επιχειρηματικά σχέδια από όλους τους

κλάδους. Τα τελευταία έτη η Thermi έχει δώσει έμφαση στους κλάδους της πράσινης ενέργειας και της τεχνολογίας (Software as a Service, AI, Blockchain κ.λπ.), και η ομάδα διαχείρισης της THERMI μπορεί να υποστηρίξει πληρέστερα επιχειρηματικές ομάδες που δραστηριοποιούνται στα εν λόγω αντικείμενα. Τα κριτήρια επιλογής των ομάδων είναι: α) το προϊόν και η αγορά στην οποία απευθύνεται, β) το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και γ) η ομάδα και η δέσμευσή τους στο όραμα της επιχείρησης.

S.M. Έχετε δημιουργήσει επιχειρηματικά κεφάλαια για τη χρηματοδότηση ΜΜΕ στη βόρεια Ελλάδα. Μπορείτε να μας δώσετε ορισμένες πληροφορίες για αυτό;

Το THERMI GROUP έχει επενδύσει μέσω της θερμοκοιτίδας THERMI, ποσό 5,5 εκατ. ευρώ ως seed capital σε τεχνολογικές Startups από το 2005 έως σήμερα, έχοντας καταφέρει exit μέσω πωλήσεων της συμμετοχής της σε τρίτους, αλλά και δύο εισαγωγές σε Εναλλακτικές Αγορές Χρηματιστηρίων.

Επίσης, μέσω του Venture Capital Fund, που διαχειρίστηκε η THERMI VCM ΑΕΔΑΚΕΣ, επένδυσε 13 εκατ. ευρώ σε επιχειρήσεις στον κλάδο της πράσινης ενέργειας και της πράσινης τεχνολογίας επιτυγχάνοντας πολύ καλές συμφωνίες αποεπένδυσης.

S.M. Πώς διαμορφώνεται σήμερα το οικοσύστημα Startups και επιχειρηματικής τεχνολογίας στη Θεσσαλονίκη και στη βόρεια Ελλάδα γενικά; Και τι πρέπει να γίνει για να αναπτυχθεί ταχύτερα;

Στη Θεσσαλονίκη πλέον δημιουργείται ένα αξιοπρόσεκτο Startup οικοσύστημα. Φορείς καινοτομίας, όπως, μεταξύ άλλων, το ΑΠΘ, το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, το ΕΚΕΤΑ, το ACT, η THERMI, η Τεχνόπολη, η Ζώνη Καινοτομίας, το Τεχνολογικό Πάρκο, το OK Thess, αλλά και εν εξελίξει πρωτοβουλίες, όπως η δημιουργία του Digital Innovation Hub της Pfizer, συμβάλλουν σημαντικά στην εξέλιξή του. Η ισχυροποίηση της διεθνούς επιχειρηματικής δικτύωσης που προσφέρουν οι φορείς καινοτομίας της Θεσσαλονίκης, καθώς και η θεσμοθέτηση χρηματοδοτικών εργαλείων που θα μοχλεύουν ιδιωτικά κεφάλαια για επενδύσεις στο χώρο της Θεσσαλονίκης μπορούν να συμβάλουν καταλυτικά στην ακόμη ταχύτερη ανάπτυξή του.

S.M. Ποια είναι τα μελλοντικά σχέδια της THERMI Group;

Όσον αφορά στη THERMI, στρατηγική επιλογή αποτελεί η περαιτέρω ενίσχυση του διεθνούς δικτύου συνεργατών, που ήδη έχει χτιστεί στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού έργου «Media Motor Europe». Στόχος είναι η ενίσχυση του δικτύου επαφών με corporate και επενδυτικούς φορείς (VC και VC networks, Business angels και Business angel networks), ώστε να μπορεί να κατευθύνει τις Startups στις διεθνείς αγορές και να δημιουργήσει περαιτέρω προστιθέμενη αξία μέσω της καθοδήγησής της.

Το THERMI GROUP επίσης στοχεύει στη δημιουργία νέου επενδυτικού κεφαλαίου, ως συνέχεια του THERMI TANEO VC Fund. Το νέο Fund μέσω επενδύσεων κεφαλαίου θα βοηθήσει μικρομεσαίες επιχειρήσεις της βόρειας Ελλάδας στην περαιτέρω ανάπτυξή τους, που θα προσφέρει και σημαντικά οφέλη στην περιοχή.

Για επιπλέον πληροφορίες: www.thermi-group.com



www.egreeno.gr

ΑΠΟ ΤΟ ΚΙΛΚΙΣ ΣΤΑ ΣΠΙΤΙΑ ΜΑΣ ΜΕ ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΑ ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ

Η αγάπη για τη φύση και το παιδί του έκανε τον Χρήστο Γκουλέτσα να δημιουργήσει μια καινοτόμο σειρά φυσικών απορρυπαντικών, που έρχονται να προστατεύσουν το περιβάλλον αλλά και τον άνθρωπο, και ειδικά τα παιδιά.



Λένε συχνά ότι το «μυστικό της επιτυχίας» στην επιχειρηματικότητα είναι το πάθος γι' αυτό που κάνεις, η αγάπη και η πίστη σε αυτό που παράγεις και στις προοπτικές του. Ακούγεται ίσως «κλισέ», αλλά υπάρχουν περιπτώσεις που επιβεβαιώνουν αυτήν την αντίληψη, και μία από αυτές είναι η Egreeno και ο Χρήστος Γκουλέτσας.

Ο Χρήστος, μαζί με μια ομάδα νέων επιστημόνων με έδρα το Κιλκίς, ίδρυσαν το 2010 την εταιρεία τους, παράγοντας—μέχρι πρόσφατα—μόνο συμβατικά, κοινά απορ-

ρυπαντικά, για οικιακή και επαγγελματική χρήση. Τα προϊόντα τους γνώρισαν και γνωρίζουν επιτυχία και κατάφεραν να πωλούνται τόσο με τη δική τους ετικέτα όσο και με ιδιωτική ετικέτα μεγάλων πελατών σε Ελλάδα και εξωτερικό.

Παρά την επιτυχία όμως, ο Χρήστος αποφάσισε να αλλάξει ρότα και σε αυτήν την απόφαση, βασικό ρόλο έπαιξε η γέννηση του παιδιού του. «Όταν έγινα για πρώτη φορά πατέρας, άρχισαν να με απασχολούν θέμα-



τα που μέχρι τότε δεν με ενδιέφεραν, όπως η υγεία του παιδιού μου αλλά και η δική μου υγεία ως γονιός. Θέλαμε με τη γυναίκα μου ό,τι χρησιμοποιούμε εμείς και το παιδί μας να είναι 100% υγιεινό και ασφαλές», εξηγεί ο Χρήστος.

Κάπως έτσι, «γεννήθηκε» η ιδέα για τη νέα γενιά προϊόντων Egreeno, που θα ήταν αγνή και φυσική, ιδανική για παιδιά. Φυσικά, γνωρίζοντας την αγορά, ο Χρήστος αντιλήφθηκε γρήγορα ότι αυτή η ιδέα, πέρα από το ότι ταίριαζε στη φιλοσοφία του, είχε και πραγματική αξία, καθώς ευθυγραμμίζονταν με τις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή για πιο φυσικά, οικολογικά και υγιεινά προϊόντα.

Έτσι, παρά τη γραφειοκρατία και το φορολογικό καθεστώς, τον ανταγωνισμό και τους περιορισμένους πόρους που ο ίδιος επικαλείται ως εμπόδια, κατάφερε να δημιουργήσει μια πρωτοποριακή σειρά αγνών φυσικών καθαριστικών με ιδιαίτερα πρόσθετα φυτικά συστατικά και καινοτόμα χαρακτηριστικά. Σήμερα κυκλοφορούν τρεις σειρές Egreeno (ECO / BABY / ANTIBACTERIAL), που είναι διαθέσιμες κυρίως μέσα από το eshop της εταιρείας (www.egreeno.gr) και σε επιλεγμένα super market και καταστήματα βιολογικών ειδών σε όλη την Ελλάδα.

Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΕΙΝΑΙ... ΣΤΗ ΦΥΣΗ

Η καινοτομία των προϊόντων Egreeno, σύμφωνα με τον Χρήστο, βρίσκεται κυρίως στον τρόπο παραγωγής και στις πρώτες ύλες, αλλά και σε μερικά ακόμα σημεία. Όπως εξηγεί, τα προϊόντα περιέχουν πρωτοποριακά υψηλό ποσοστό συστατικών φυσικής προέλευσης (μ.ο. 97,7%), γεγονός που τα καθιστά αφενός φιλικά για την ανθρώπινη υγεία και αφετέρου γρήγορα βιοδιασπώμενα και εξαιρετικά οικολογικά. Επιπλέον, δεν περιέχουν αμφιλεγόμενες ουσίες που περιέχονται στη συντριπτική πλειονότητα των υπόλοιπων απορρυπαντικών.

«Τα Egreeno είναι επίσης από τα ελάχιστα στην αγορά που δεν έχουν καμία επισήμανση, καμία προειδοποίηση και καμία ένδειξη για προφύλαξη, σύμφωνα με τις οδηγίες του Γενικού Χημείου του Κράτους και την ευρωπαϊκή νομοθεσία», συνεχίζει ο ιδρυτής της εταιρείας και συμπληρώνει ότι δεν περιέχουν καμία αλλεργιογόνο αρωματική ουσία και γι' αυτό είναι ιδανικά για μπότες με μωρά, για άτομα με

αλλεργίες και ατοπική δερματίτιδα αλλά και για χώρους υγειονομικού ενδιαφέροντος. Στα «συν», συμπληρώνει, είναι το γεγονός ότι περιέχουν πρόσθετα φυτικά συστατικά και αιθέρια έλαια, και ότι έχουν συμπυκνωμένη υποαλλεργική σύνθεση, ενώ για τον ίδιο, «καινοτομία» είναι και ότι το 3% των καθαρών εσόδων της σειράς egreeno προσφέρεται στο **Ελληνικό Ορφανοτροφείο στην Τανζανία «ΤΟΜ»** (www.tom.org.gr).

«Η αποστολή μας είναι απλή: να κάνουμε τον κόσμο καλύτερο. Όπου μπορούμε και όπως μπορούμε. Αυτό ακριβώς κάνουν ο Αλέκος και η Ναυσικά, δύο Έλληνες που έχουν χτίσει, από το μηδέν, ένα ορφανοτροφείο στην πάμφτωχη Τανζανία. Όταν τους γνώρισα, δεν μπορούσα να μείνω ασυγκίνητος μπροστά σε αυτό το έργο αγάπης. Γι' αυτό και ότι το 3% των καθαρών εσόδων μας από τις πωλήσεις το προσφέρουμε με την καρδιά μας», λέει σχετικά με αυτήν την απόφαση ο Χρήστος.



ΤΕΛΙΚΑ ΑΡΚΕΙ Η «ΑΓΑΠΗ»;

Όσον αφορά στις δυσκολίες που υπάρχουν για την εταιρεία του, ο ιδρυτής της Egreeno βλέπει το ποτήρι μισογεμάτο. Το να δημιουργήσει μια Startup που παράγει «χειροπιαστά» προϊόντα, έχει δυσκολίες αλλά όχι μόνο, λέει. Για παράδειγμα, είναι «εύκολο» το γεγονός ότι μπορείς, λόγω της φύσης του προϊόντος, να το δοκιμάσεις, να το βελτιώσεις, χρησιμοποιώντας τις αισθήσεις τις δικές σου, της οικογένειάς σου και των φίλων σου. «Εμείς τουλάχιστον, έτσι τεστάρουμε τα προϊόντα μας για να καταλήξουμε μετά από πολλή έρευνα και μελέτη στα βέλτιστα αποτελέσματα», εξηγεί, συμπληρώνοντας ότι «αν αγαπάς το αντικείμενό της εργασίας σου, τότε αυτό γίνεται με πολύ κέφι και δημιουργικότητα».

Από την άλλη όμως, δεν μπορεί παρά να αναγνωρίζει τη δυσκολία που αντιμετωπίζει μια εταιρεία όπως η Egreeno, όταν πρέπει να διαφοροποιηθεί από τα υπόλοιπα προϊόντα, να καινοτομήσει στην ποιότητα, στην εμφάνιση, και γενικώς στην όλη εμπειρία που προσφέρει στον πελάτη... Είναι σίγουρα μια μεγάλη πρόκληση, όχι όμως ασεπέραστη, εξηγεί ο Χρήστος. Κι αυτό γιατί «τα εμπόδια όχι μόνο δεν μας σταματούν, αλλά μας έχουν μάθει να σκεφτόμαστε έξω από την πεπατημένη», καταλήγει.

DATAScoutING

ΕΞΟΡΥΞΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΓΝΩΣΗΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΜΑΘΗΣΗΣ

Η ιστορία της DataScouting ξεκινά το 2012 στη Θεσσαλονίκη, όταν ο Αναστάσιος Αβράμης, έμπειρος προγραμματιστής, αποφασίζει μαζί με τους συνεταίρους του να ιδρύσει την DataScouting, η οποία σχεδιάζει εφαρμογές για την ανάλυση πολυμέσων.

DATAScoutING

Media Monitoring Software

- Built for Cloud, can be installed On-Premise
- Work remotely with an intuitive web interface

BROADCAST
Speech-to-Text, Ad monitoring, Face/Logo Recognition

PRINT
OCR, Metadata, Clipping/Reviewing, Ad monitoring

ONLINE & SOCIAL
News content crawlers, metadata extraction via NLP

DASHBOARD
Multi-platform, multi-format content delivery

DataScouting Media Monitoring Software – MediaScouting Suite

Οκτώ χρόνια μετά, η DataScouting έχει καταφέρει να εδραιώσει τη θέση της στην παγκόσμια αγορά λογισμικού ανάλυσης πληροφοριών για τα μέσα ενημέρωσης (Media Intelligence), ενώ στην εγχώρια αγορά σημαντική είναι η παρουσία της στον κλάδο διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς.

MEDIA INTELLIGENCE

Η εξόρυξη δεδομένων μέσω τεχνητής νοημοσύνης και η ανακάλυψη και η αξιοποίηση γνώσης (knowledge mining) από μεγάλα

σύνολα δεδομένων που παράγονται σε κοινωνικά δίκτυα, ραδιόφωνο, τηλεόραση και έντυπο Τύπο είναι το αντικείμενο στο οποίο η DataScouting εξειδικεύεται έχοντας αναπτύξει δικά της λογισμικά. Με τη χρήση τεχνολογιών υπολογιστικής μάθησης (machine learning), όπως η οπτική αναγνώριση χαρακτήρων (OCR), η αυτόματη αναγνώριση λόγου (ASR), η αναγνώριση λογοτύπων (logo detection) και προσώπων (face recognition) και η ηχητική αποτύπωση (audio fingerprinting), η DataScouting παρέχει ολοκληρωμένες λύσεις λογισμικού για την εξόρυξη πληροφορίας και εισαγωγής από ψηφιοποιημένο οπτικοακουστικό, έντυπο υλικό, καθώς και από διαδικτυακές πηγές.



Η DataScouting με το **MediaScouting Suite** δίνει σε εταιρείες και οργανισμούς τη δυνατότητα να μετατρέψουν τις ροές δεδομένων σε αξιοποιήσιμη πληροφορία. Το MediaScouting Suite διαθέτει μια ολοκληρωμένη λύση για την:

- Εξαγωγή πληροφορίας σε πραγματικό χρόνο από ζωντανές ροές τηλεόρασης, ραδιοφώνου ή IP streams με την καταγραφή, την επεξεργασία, την ανάλυση και την ανάκτηση της εμπλουτισμένης πληροφορίας.
- Παρακολούθηση έντυπου Τύπου και διαδικτύου, που ξεκινά από την ψηφιοποίηση ή την εισαγωγή εφημερίδων και διαδικτυακών ιστοτόπων σε ψηφιακή μορφή, την εξαγωγή άρθρων, την αυτόματη εισαγωγή μεταδεδομένων, την αντιστοίχισή τους σε θεματικές ενότητες.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Τα τελευταία χρόνια, η DataScouting έχει επενδύσει στη δημιουργία αρχειονομικού και βιβλιοθηκονομικού τμήματος και συνεργάζεται με κάποιες από τις μεγαλύτερες ακαδημαϊκές και δημόσιες βιβλιοθήκες στην Ελλάδα για την ψηφιοποίηση, την καταλογογράφηση και την προβολή έντυπου, φωτογραφικού, εικαστικού και οπτικοακουστικού υλικού. Η διάχυση του υλικού και η διαλειτουργικότητα των ιστοτόπων με άλλους φορείς πολιτιστικού περιεχομένου γίνεται με λογισμικό ανοικτού κώδικα, όπως επιβάλλεται σε μία εποχή ελεύθερης πρόσβασης στον πολιτισμό.

Παράλληλα, η επιστημονική ομάδα της DataScouting συνεισφέρει στη βιβλιοθηκονομική κοινότητα με νέες τεχνολογίες για τη λειτουργία των οργανισμών, όπως η διασύνδεση RFID με Συστήματα Αυτοματισμού Βιβλιοθηκών (ILS) για δανεισμό χωρίς επαφή και πρόσβαση στον κατάλογο των βιβλιοθηκών από το σπίτι για αναζήτηση και κράτηση βιβλίων χωρίς φυσική παρουσία στη βιβλιοθήκη.

ΕΠΕΝΔΥΟΝΤΑΣ ΔΥΝΑΜΙΚΑ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η έρευνα αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την DataScouting και εδώ και αρκετά χρόνια έχει δημιουργήσει ερευνητικό τμήμα στα πεδία της μηχανικής μάθησης προχωρώντας την τεχνολογική στάθμη και δίνοντας έμφαση σε ανάλυση κειμενικών και οπτικοακουστικών μέσων με τεχνικές deep και active learning.

«Στόχος μας είναι το ευφάνταστο πάντρεμα της ερευνητικής παραγωγής, τόσο της δικής μας όσο και της κοινότητας, με τη δημιουργία εμπορικών εφαρμογών με υψηλές απαιτήσεις ακρίβειας. Έχουμε τη χαρά να παίζουμε με ήχο, εικόνα και κείμενο χρησιμοποιώντας state of the art τεχνολογίες και εφαρμόζοντάς τις σε τεράστιο όγκο δεδομένων», μας ανέφερε ο Σταύρος Δωρόπουλος, CIO και Senior Researcher.

Ταυτόχρονα, η DataScouting συμμετέχει σε ευρωπαϊκά ερευνητικά προγράμματα για να ενισχύσει την τεχνογνωσία της αλλά και την εξωστρέφεια που έχει ως εταιρεία. Πολύ ενδιαφέρον παράδειγμα είναι το DACHS (A data-driven approach to countering

hate speech), με σκοπό την καταπολέμηση της ρητορικής μίσους στα social media κατά των δημοσιογράφων, και τα μοντέλα βαθιάς μάθησης για την ανίχνευση ρητορικής μίσους και μισαλλόδοξης ομιλίας σε πέντε γλώσσες (αγγλικά, ελληνικά, ισπανικά, γαλλικά και γερμανικά).

Ο ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ

Η DataScouting επενδύει διαρκώς σε προσωπικό, υποδομές και τεχνογνωσία. Αυτό που ενώνει τους ανθρώπους της είναι το πάθος για καινοτομία, η διαρκής εξέλιξη δεξιοτήτων και το υψηλό επίπεδο συνεργατικότητας. Παράλληλα εκπαιδεύει νέους επιστήμονες με υψηλού επιπέδου mentoring μέσα στην εταιρεία. Όσο για τις νέες συνθήκες εργασίας λόγω της πανδημίας COVID-19, η DataScouting είχε ήδη εφαρμόσει την τηλεργασία και είχε την υποδομή και τις διαδικασίες για το συντονισμό όλων των ομάδων και την ομαλή εκτέλεση όλων των έργων από απόσταση.



Ο Αναστάσιος Αβράμης, Managing Partner της DataScouting στη διεθνή έκθεση IBC Show στο Άμστερνταμ, Σεπτέμβριος 2019

«Πέρα από τις επιτυχίες, το μεγαλύτερο επίτευγμα της DataScouting είναι η δημιουργία κορυφαίας εταιρικής κουλτούρας και συναδελφικότητας», υπογράμμισε ο Αναστάσιος Αβράμης, Managing Partner της DataScouting.

ΔΙΕΘΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Η DataScouting «εξάγει» ελληνική τεχνογνωσία έχοντας αναπτύξει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων, χτίζοντας συνεργασίες με πολυεθνικές εταιρείες, με εγκαταστάσεις σε Αμερική, Ασία, Αφρική και Αυστραλία, έχει πολυετή συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις ως χορηγός και εκθέτης και είναι μέλος διεθνών οργανώσεων (FIBEP, AMEC).

ΓΙΩΡΓΟΣ ΝΩΛΗΣ

«Η LANCOM ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ ΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ ΧΩΡΙΣ ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΩΝΕΙ ΣΥΝΕΧΩΣ»

Ο CEO ενός από τους μεγαλύτερους παρόχους υπηρεσιών cloud στην Ελλάδα «ανοίγει» τα χαρτιά του στο Startupper MAG.

Της Euns Τριαντοπούλου



Έχει εμπειρία 11 χρόνων στην αγορά του cloud και πάνω από 1.200 επιχειρήσεις - πελάτες στο χαρτοφυλάκιο της. Καινοτομεί σε όλο το φάσμα των IT υπηρεσιών data center, ενώ παράλληλα στηρίζει ενεργά την καινοτομία. Είναι η Lancom, ο μεγαλύτερος πάροχος υπηρεσιών cloud στην Ελλάδα, που μεγαλώνει ακόμα περισσότερο, παρά την πανδημία. Ο Γιώργος Νώλης, CEO της εταιρείας, μιλά στο Startupper MAG για τις δράσεις της, τις σχέσεις της με τις Startups και το μέλλον της παγκόσμιας αγοράς υπηρεσιών cloud, ενώ παράλληλα «αποκαλύπτει» και μερικά από τα δικά της σχέδια.

S.M. Μπορείτε να μας πείτε την ιστορία πίσω από την ίδρυση της Lancom;

Γ. Νώλης: Η Lancom LTD ιδρύθηκε το 2009, ως μετουσίωση των εσωτερικών μας αναγκών για να δημιουργήσουμε μια «φρέσκια» εταιρεία «που θα άλλαζε τελείως την αγορά των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής», με αδιαπραγμάτευτες αξίες, υψηλές προδιαγραφές, εξειδικευ-

μένες πιστοποιήσεις, φιλικότητα στο περιβάλλον και 24ωρη υποστήριξη, 365 ημέρες το χρόνο.

Ενδεικτικά, μέχρι τότε, η έννοια «server» υπήρχε στην ελληνική αγορά μόνο με υλική μορφή και όχι με τη μορφή του «εικονικού μηχανήματος». Όλα ήταν «CAPEX και ΕΣΠΑ» κι εμείς τα μετατρέψαμε σε OPEX, ή απλώς «as a service». Η Lancom καινοτόμησε με την παροχή Enterprise Class Cloud Services, όπου η έννοια του server έγινε πλέον «agnostic» και «elastic» σε κάθε επίπεδο. Έχει εξαλειφθεί τελείως στις εταιρείες που μας επιλέγουν η ανάγκη για CAPEX, η επιλογή hardware Vendor, η κατασκευή Server Room, η κατανάλωση ρεύματος, η πληρωμή ακριβών συμβολαίων συντήρησης, η αναβάθμιση των μηχανημάτων κ.ο.κ.

Για όλους αυτούς τους λόγους –και όχι μόνο– μας έχουν επιλέξει πάνω από 1.200 μεσαίες και μεγάλες εταιρείες στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό. Ενδεικτικά θα αναφέρω την Kleemann, το efood, την ERGO ασφαλιστική, το St. Catherine's British School, τη Leroy Merlin κ.ά.



S.M. Η περίοδος της πανδημίας επηρέασε την οικονομική και επιχειρηματική δραστηριότητα παγκοσμίως και στη χώρα μας. Η αγορά υπηρεσιών cloud επηρεάστηκε από την πανδημία;

Γ. Νώλνς: Η περίοδος της πανδημίας επηρέασε θετικά την αγορά των υπηρεσιών cloud, αλλά και των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών παγκοσμίως. Η Lancom συγκεκριμένα αύξησε κατακόρυφα τον αριθμό των πελατών της μέσα στο 2020, καθώς και τον τζίρο στις cloud υπηρεσίες της.

S.M. Το άκουσμα υπηρεσιών data center και cloud παραπέμπει σε μεγάλες εταιρείες, αλλά στην πράξη οι υπηρεσίες cloud αφορούν και μικρότερες επιχειρήσεις;

Γ. Νώλνς: Οι υπηρεσίες cloud αφορούν όλες τις επιχειρήσεις ανεξαρτήτως. Από το email που βρίσκεται πλέον στο cloud μέχρι τα εμπορικά software τιμολόγησης, CRM κ.λπ. Νομίζω ότι η εποχή κατά την οποία η επιχείρηση είχε έναν μικρό τοπικό server, τον οποίο αναβάθμιζε κάθε 3-5 χρόνια, που έκανε τα αρχεία της γιατί δεν είχε αυτοματοποιημένο backup κάθε 4-6 χρόνια, που πλήρωνε ransomware γιατί δεν είχε συστήματα ασφαλείας, που έβγαине εκτός λειτουργίας μερικές ημέρες κάθε έτος γιατί χαλούσε το σιτίδι-ποτε, έχει περάσει ανεπιστρεπτή. Είναι θέμα χρόνου η μετάβαση στο cloud, μιας και οι τηλεπικοινωνίες επιτέλους ωριμάζουν με το FTTH (σ.σ. οπτική ίνα στο σπίτι) και το FTTB (σ.σ. οπτική ίνα στο κτίριο).

S.M. Οι Startups είναι από τη φύση τους βασικοί χρήστες υπηρεσιών cloud. Μπορείτε να μας πείτε πώς προσεγγίζετε τη συγκεκριμένη κατηγορία επιχειρήσεων;

Γ. Νώλνς: Οι Startups αποτελούν για εμάς διαχρονική αξία. Η Lancom έχει —εδώ και χρόνια— εξειδικευμένο division που ασχολείται αποκλειστικά με τις Startups, τις στηρίζει επιδοτώντας υποδομές και υπηρεσίες, παρέχοντας mentoring σε κάθε επίπεδο (τεχνικό, εμπορικό, επιχειρηματικό, marketing κ.ο.κ.). Αισθανόμαστε κι εμείς σαν μια Startup, παρά το μέγεθός μας και προσπαθούμε με την καθημερινή αλληλεπίδρασή μας με Startupper να ανανεωνόμαστε με την ενέργεια και το πάθος τους για καινοτομία.

S.M. Ανακοινώσατε πρόσφατα ένα νέο data center, το Balkan Gate I, με ένα μοναδικό χαρακτηριστικό που αφορά τις Startups, μπορείτε να μας πείτε περισσότερα στοιχεία για το νέο data center και ειδικά για τις υπηρεσίες που προσφέρετε για τις Startups;

Γ. Νώλνς: Το Balkan Gate I φιλοδοξεί να αποτελέσει έναν μοναδικό χώρο, όπου οι Startups θα έχουν 24ωρη πρόσβαση σε χώρους εργασίας, σε εξειδικευμένο εξοπλισμό για τεχνολογίες Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών, στο τμήμα Έρευνας και Τεχνολογίας (R&D) της Lancom για τεχνολογίες Cloud, Big Data, Artificial Intelligence και Machine Learning, IoT, καθώς και σε επιμόρφωση από έμπειρους και καταξιωμένους επαγγελματίες πληροφορικής. Σκεφτείτε πρακτικά κάποιος Startupper να μπορεί να αλληλεπιδρά με όλα τα τμήματα της Lancom, καθώς και να χρησιμοποιεί όλα τα assets της Lancom, για να εξελίξει την εταιρεία του με ασφάλεια και καθοδήγηση, καθώς και με «virtually» απεριόριστα resources.

S.M. Πώς βλέπετε την ελληνική αγορά υπηρεσιών cloud και data center ειδικά μετά την έλευση της Microsoft στη χώρα μας;

Γ. Νώλνς: Η ανακοίνωση της έλευσης της Microsoft με data centers στη χώρα μας έχει ήδη λειτουργήσει ως καταλύτης και επιταχυντής εξέλιξης. Μέσα σε λίγες εβδομάδες ανακοινώθηκε η



εξαγορά της Lamda Hellix από την Digital Realty και η επένδυση έως 400 εκατ. ευρώ σε νέα data centers στην ευρύτερη περιοχή. Στη συνέχεια ανακοινώθηκε από τη Lancom η κατασκευή του Balkan Gate I, του μεγαλύτερου TIER III & Carrier Neutral Data Center στη βόρεια Ελλάδα. Σε ελάχιστο χρόνο ανακοινώθηκε η στρατηγική συνεργασία μας με την GRID Telecom για να ενωθούν τηλεπικοινωνιακά όλα τα Βαλκάνια και η Τουρκία, καθιστώντας το Balkan Gate I ως τηλεπικοινωνιακό HUB. Θα ανακοινωθούν σύντομα και άλλες ενδιαφέρουσες εξελίξεις στο χώρο!

S.M. Δεδομένου του παγκόσμιου και έντονου ανταγωνισμού στις υπηρεσίες cloud, γιατί μια εταιρεία να επιλέξει μια ελληνική εταιρεία όπως η Lancom;

Γ. Νώλνς: Η Lancom αντιμετωπίζει τον παγκόσμιο ανταγωνισμό χωρίς δυσκολία, διότι είναι η μοναδική εταιρεία στη χώρα που συνδυάζει ταυτόχρονα τα εξής χαρακτηριστικά:

Είναι στο χώρο από το 2009, διαθέτοντας μοναδική τεχνογνωσία, μιας και έχει σχεδιάσει, έχει υλοποιήσει και εν γένει έχει εμπλακεί σε πολλά από τα μεγαλύτερα έργα cloud στη χώρα μας. Έχει κορυφαία και 24ωρη προσωποποιημένη τεχνική υποστήριξη, από εξειδικευμένους Έλληνες μηχανικούς. Έχει ιδιόκτητο δίκτυο οπτικών ινών, αλλά και την τεχνογνωσία να συνδυάσει τα δίκτυα από άλλους παρόχους, έτσι ώστε να εγγυηθεί τη διασύνδεση με το cloud και τα ιδιόκτητα data centers της. Έχει εξειδικευμένη ομάδα τεχνικής υποστήριξης, που μπορεί να μεταβεί μέσα σε ελάχιστο χρόνο επιτόπου στο χώρο του πελάτη και να αντιμετωπίσει οποιοδήποτε challenge.

S.M. Τι αναμένουμε να δούμε στο μέλλον από τη Lancom αλλά και στις υπηρεσίες cloud και data center;

Γ. Νώλνς: Η Lancom μεγαλώνει με γρήγορους ρυθμούς. Έχουμε φτάσει ήδη πάνω από 60 άτομα και συνεχίζουμε τις προσλήψεις εν μέσω πανδημίας. Το Balkan Gate I αναμένεται να επιταχύνει και άλλο τη μεγέθυνση των πωλήσεων αλλά και την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών, ειδικά σε ζητήματα ανταλλαγής κίνησης μεταξύ παρόχων IXP's, σε παρουσία επιπλέον παρόχων τηλεπικοινωνιών παγκοσμίως βεληνεκού στη χώρα μας, καθώς και σε στρατηγικές συνεργασίες με εταιρείες του εξωτερικού.

Ταυτόχρονα μεθοδεύουμε την επέκταση των δραστηριοτήτων μας για το FTTB σε νέες περιοχές αλλά και πόλεις, καθώς και την ανακοίνωση νέων data centers στη χώρα μας.

Τέλος, το τμήμα έρευνας και τεχνολογίας αναμένεται να οδηγήσει τους «καρπούς» των επενδύσεων πολλών ετών, ειδικά σε επίπεδο software defined solutions, στη δημιουργία των πρώτων spin-off της εταιρείας.

SCHOOX

ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΣΤΗΝ «ΚΟΡΥΦΗ»
ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Του Γιώργου Κουρκουτά



Από αριστερά ο Βασίλης Λώλος, ο Κώστας Βασιλείου και ο Λευτέρης Ντουάνογλου

Η ιστορία της Schoox ξεκινά το 2010 στη Θεσσαλονίκη με μια ψηφιακή πλατφόρμα εκπαίδευσης και διαχείρισης γνώσης για ιδιώτες και εταιρείες. Από την αρχή οι τρεις ιδρυτές της, ο Λευτέρης Ντουάνογλου, ο Βασίλης Λώλος και ο Κώστας Βασιλείου, είχαν μεγάλες βλέψεις για την απέναντι όχθη του Ατλαντικού.

Ο ανταγωνισμός στις ΗΠΑ ήταν μεγάλος και τα κεφάλαια που είχαν στη διάθεσή τους οι νέοι επιχειρηματίες ήταν περιορισμένα. Ωστόσο, η επιμονή, το καλό προϊόν και ο πρώτος επενδυτής το 2012 συνέβαλαν σημαντικά στη σημερινή επιτυχία, όπως επίσης η εστίαση σε συγκεκριμένους τομείς της αμερικανικής αγοράς.

Σήμερα η εταιρεία διαθέτει 1.800 πελάτες, κυρίως με έδρα τις ΗΠΑ, έχει εκπαιδέψει 13 εκατ. χρήστες, ενώ έχει παρουσία σε 120 χώρες. Πελάτες της Schoox είναι η FedEx, η KIA και η Subway, ενώ απασχολεί 150 άτομα προσωπικό, με τους περισσότερους να βρίσκονται στο κέντρο έρευνας και ανάπτυξης στη Θεσσαλονίκη. Οι προοπτικές διαφαίνονται λαμπρές, μια και η τηλεργασία και η τηλεεκπαίδευση, που ήρθαν στο προσκήνιο λόγω πανδημίας, από ό,τι φαίνεται θα παραμείνουν και για τα επόμενα χρόνια.

Συνομιλήσαμε με τον **Λευτέρη Ντουάνογλου**, έναν εκ των ιδρυτών της Schoox.



S.M. Η Schoox αυτήν τη στιγμή είναι μια παγκόσμια εταιρεία στο εκπαιδευτικό λογισμικό. Μπορείτε να μας πείτε εν συντομία πώς ξεκινήσατε καθώς και πώς φτάσατε να είστε μια μεγάλη και παγκόσμια εταιρεία;

Λ. Ντουάνογλου: Η ιδέα ξεκίνησε όταν συνειδητοποιήσαμε ότι τα αντίστοιχα προϊόντα μεγάλων επιτυχημένων εταιρειών του χώρου ήταν σημαντικά υποδεέστερα από αυτό που περιμέναμε να δούμε όταν τα ερευνήσαμε. Πιστέψαμε ότι μπορούμε να σχεδιάσουμε κάτι καλύτερο, πολύ καλύτερο... Και κάπως έτσι άρχισε ο σχεδιασμός αρχικά στο χαρτί και στη συνέχεια σε κώδικα αυτού που αργότερα έγινε το Schoox.

Ξεκινήσαμε απευθείας από την αμερικανική αγορά, που είναι ασύλληπτα μεγάλη και σου επιτρέπει, εφόσον μπεις, να αναπτυχθείς πολύ γρήγορα. Επίσης, διαθέτει πολύ διαφορετική επενδυτική κουλτούρα, η οποία μπορεί να σου δώσει όχι μόνο τα απαραίτητα επενδυτικά κεφάλαια, αλλά και πιο ευνοϊκούς όρους επένδυσης και, τέλος, είναι μία αγορά που είναι πιο πρόθυμη να συνεργαστεί με νέες δυναμικές εταιρείες χωρίς να χρειάζεται αυτές να είναι 10 ή 20 χρόνια στην αγορά.

S.M. Όταν ξεκινήσατε, υπήρχαν στο πλάνο πελάτες από το εξωτερικό; Μπορείτε να μας πείτε πώς φτάσατε στην πρώτη σας πώληση από το εξωτερικό; Θυμάστε ποια ήταν;

Λ. Ντουάνογλου: Ο στόχος μας εξ αρχής ήταν να αναπτύξουμε το προϊόν στην Ελλάδα και να χτίσουμε την επιχειρηματική μας δραστηριότητα στην Αμερική. Δεν είχαμε κανέναν πελάτη όταν κάναμε τα πρώτα μας βήματα στην αμερικανική αγορά ούτε στην Ελλάδα ούτε σε κάποια άλλη χώρα. Η πρώτη μας πώληση στην Αμερική έγινε μέσω μιας συνεργάτιδας εταιρείας εκεί. Ήταν μία μικρή αλυσίδα cafe με τρία μαγαζιά στο Austin – Texas με την επωνυμία Kerbey Lane. Κανείς founder δεν ξενάει τον πρώτο πελάτη του.

S.M. Είστε από τις πρώτες ελληνικές Startups που έγιναν «Success Story». Ποιο ήταν το δυνατό σας σημείο σε σχέση με τον ανταγωνισμό και πότε αντιληφθήκατε ότι είχατε αυτό το πλεονέκτημα;

Λ. Ντουάνογλου: Η αγορά του λογισμικού διαχείρισης εταιρικής εκπαίδευσης (LMS) την οποία στοχεύσαμε ήταν και παραμένει μια πάρα πολύ ανταγωνιστική αγορά με περισσότερους από 700 ανταγωνιστές. Αποτελείται από πέντε μεγάλες εταιρείες, 5-10 ενδιαφέρουσες εταιρείες που μπηκαν στη συνέχεια αλλά και αρκετά μικρότερες καθώς και ένα ατελείωτο δυναμικό σύνολο από εταιρείες που προσπαθούν να μπουν και να σταθούν με μικρή επιτυχία. Γενικά είναι μια πολύ δύσκολη αγορά. Ούτε εμείς είχαμε πλήρη επίγνωση για το πόσο μεγάλος είναι ο «συνωστισμός» όταν πήραμε την απόφαση να μπούμε στη συγκεκριμένη αγορά.

Οι διαφορές μας ήταν από την αρχή πολλές και σημαντικές,

γεγονός που μας επέτρεψε να ενταχθούμε σε μία τόσο δύσκολη αγορά με πολύ μικρότερα κεφάλαια και σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα σε σχέση με όλους τους υπόλοιπους ανταγωνιστές. Ωστόσο, πάντα όταν μας ρωτάνε για τις διαφορές μας, αναφέρομαι σε μία. Όλα τα προϊόντα LMS που υπήρχαν και υπάρχουν σχεδιάστηκαν από την αρχή με τον κλασικό τρόπο που σχεδιάζονται όλα τα εταιρικά λογισμικά, με σκοπό δηλαδή να προσφέρουν ένα εργαλείο «διαχείρισης» του αντικείμενου που θα υποστηρίξουν, που στην προκειμένη περίπτωση είναι η εκπαίδευση. Εξάλλου, αυτό λέει και το ίδιο το όνομα αυτής της κατηγορίας προϊόντος LMS = Learning Management System, ένα εργαλείο διαχείρισης της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Δίχως τη διάθεση να υποβαθμίσουμε την ανάγκη της διαχείρισης της εκπαίδευσης και της λειτουργικότητας που απαιτείται για να την υποστηρίξει, εμείς σχεδιάσαμε μία πλατφόρμα που βοηθάει τους ανθρώπους μιας εταιρείας να... μαθαίνουν και να αποκτούν τη γνώση που χρειάζονται για τη δουλειά τους. Είναι μία πολύ μεγάλη και βασική διαφορά. Η μία προσέγγιση έχει επίκεντρο τον χρήστη - διαχειριστή του συστήματος (συνήθως ο υπεύθυνος εκπαίδευσης), ενώ η δική μας προσέγγιση έχει επίκεντρο τον υπάλληλο - μαθητή.

Αυτό είχε δύο σημαντικές αλλαγές στο τελικό προϊόν. Πρώτον, έπρεπε να σχεδιάσουμε μια πλατφόρμα που να μιμείται όσο το δυνατόν καλύτερα τον τρόπο με τον οποίο μαθαίνουμε στην πραγματική μας ζωή, και άρα να έχει πολύ πιο διευρυμένη λειτουργικότητα, και δεύτερον, η πλατφόρμα έπρεπε να σχεδιαστεί ως consumer platform και όχι ως enterprise software. Σχεδόν όλα τα εταιρικά λογισμικά (enterprise software) όταν εγκαθίστανται σε μία εταιρεία χρησιμοποιούνται μόνο από λίγους χρήστες (Payroll, HRIS, CMS, ERP, Recruiting κ.λπ.). Μία πλατφόρμα εκπαίδευσης χρησιμοποιείται από όλους τους υπαλλήλους. Στην παγκόσμια αλυσίδα Subway, για παράδειγμα, που είναι πελάτης μας, 500.000 και πλέον υπάλληλοι από 120 χώρες χρησιμοποιούν καθημερινά την πλατφόρμα μας. Και όταν προσθέτεις λειτουργίες, όπως gamification, content curation & sharing, social collaboration κ.λπ., τότε η χρήση από τον τελικό user εκτοξεύεται και μοιάζει πιο πολύ με ένα Facebook παρά με ένα ERP. Αυτή η νέα μας προσέγγιση και το προϊόν που χτίσαμε γύρω από αυτήν είχε ταχύτατη απήχηση στην αγορά.

S.M. Έχετε πελάτες στην Ελλάδα; Αν όχι, γιατί συμβαίνει αυτό; Επειδή είμαστε μικρή αγορά ή είναι θέμα νοοτροπίας;

Λ. Ντουάνογλου: Από την αρχή η αγορά την οποία κυνηγήσαμε και στην οποία εστιάσαμε ήταν η αμερικανική. Όταν καταφέραμε και την ξεκλειδώσαμε, ξεκίνησε η σημαντική και συνεχόμενη ανάπτυξη της εταιρείας, στην οποία προσπαθούμε διαρκώς να ανταποκριθούμε και να αξιοποιήσουμε την ευνοϊκή στιγμή που έχει δημιουργηθεί για εμάς. Δεν

θέλουμε να αποσπάσουμε την προσοχή μας, αλλά ούτε και να κατακερματίσουμε τις δυνάμεις και τους πόρους μας προσπαθώντας να μπούμε σε αυτήν τη φάση και σε άλλες αγορές. Δεν είναι κατάλληλη στιγμή γι' αυτό. Έχουμε πάρει την απόφαση ότι θα επεκταθούμε και σε άλλες χώρες όταν θεωρήσουμε ότι έχουν διαμορφωθεί οι κατάλληλες συνθήκες. Αυτήν τη στιγμή πλησιάζουμε τους 2.000 εταιρικούς πελάτες, μεταξύ των οποίων και πολλές γνωστές πολυεθνικές. Όλες σχεδόν εδρεύουν στην Αμερική. Έχουμε έναν μικρό αριθμό πελατών εκτός Αμερικής, με τρεις από αυτούς να είναι στην Ελλάδα.

Σχετικά με το αν η Ελλάδα είναι μικρή αγορά ή έχει διαφορετική νοοτροπία στο θέμα της εταιρικής εκπαίδευσης, ισχύουν και τα δύο. Ωστόσο, κάθε αγορά έχει την αξία της και η ελληνική έχει τη δική της. Όταν έρθει η κατάλληλη στιγμή, θα τη διεκδικήσουμε και με πολύ μεράκι για προφανείς λόγους.

Οι λόγοι για τους οποίους δεν ξεκινήσαμε από την ελληνική αγορά στα πρώτα μας βήματα έχουν σχέση και με το μέγεθος της εγχώριας αγοράς, αλλά και με την κρίση, που το 2012, όταν ξεκινήσαμε, ήταν στο αποκορύφωμά της. Η αγορά είχε άλλες προτεραιότητες ως προς το πού θα διοχέτευε τα κεφάλαιά της προσπαθώντας να επιβιώσει και η εκπαίδευση και η ανάπτυξη των δεξιοτήτων των ανθρώπων, αν και πάρα πολύ σημαντικές κατά την άποψή μας, ήταν μία πολυτέλεια που δεν τη διέθετε η πλειονότητα της αγοράς.

S.M. Έχετε γραφείο στις ΗΠΑ και συγκεκριμένα στο Όστιν. Οι περισσότεροι πελάτες σας είναι στις ΗΠΑ; Όλες οι Startups που επεκτείνονται σε μια χώρα του εξωτερικού χρειάζεται να έχουν και φυσική παρουσία εκεί;

Λ. Ντουάνογλου: Ναι, σχεδόν όλοι οι πελάτες μας εδρεύουν στην Αμερική. Δεν μπορείς να εισέλθεις σε καμία ξένη αγορά, και ειδικά στην αμερικανική, χωρίς ισχυρή παρουσία εκεί. Η λανθασμένη άποψη ότι λόγω του Internet μπορείς να πουλάς online και με remote υποστήριξη να υλοποιείς έργα εταιρικού λογισμικού και να τα υποστηρίζεις μπορεί να αποδειχθεί μοιραία για πολλές εταιρείες, που θα χάσουν χρόνο και χρήμα μέχρι να συνειδητοποιήσουν ότι το Internet έχει ανοίξει ασύλληπτους ορίζοντες και δυνατότητες, αλλά συνεχίζουν και ισχύουν ακόμα ορισμένοι βασικοί και πιο παραδοσιακοί κανόνες... Τουλάχιστον στην αγορά του εταιρικού λογισμικού. Και για να αναπτύξεις την κατάλληλη παρουσία σε μία ξένη αγορά, θέλει ένα καλό μείγμα από χρόνο, επενδύσεις και σωστές αποφάσεις.

S.M. Οι χρηματοδοτήσεις που λάβατε σε ποιο ύψος έχουν φτάσει και ποιοι σας υποστήριξαν; Είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη μιας εταιρείας, ειδικά για την επέκταση σε μια μεγάλη αγορά; Ή η παραχώρηση εταιρικού μεριδίου θα πρέπει να γίνεται με πολλή προσοχή και περίσκεψη από έναν founder;

Λ. Ντουάνογλου: Έχουμε αντλήσει συνολικά 6 εκατ. δολάρια μέχρι στιγμής από αμερικανικά επενδυτικά κεφάλαια, νοούμερο πολύ μικρό για το μέγεθος της εταιρείας και το

πελατολόγιό μας. Έχουμε δηλαδή μέχρι στιγμής έναν πολύ υψηλό δείκτη capital efficiency. Μία εταιρεία στην Αμερική για να φτάσει στο μέγεθος όπου είμαστε θα πρέπει να αντλήσει 6-8 φορές περισσότερα κεφάλαια. Ήμασταν πολύ προσεκτικοί στην άντληση κεφαλαίων, κάτι που απορρέει από την πεποίθησή μας ότι όσο πιο πολλά κεφάλαια αντλεί μία εταιρεία πρόωρα, τόσο λιγότερο ευρηματική γίνεται και συνηθίζει να «καίει» κεφάλαια αναποτελεσματικά. Μια εταιρεία πρέπει να προσπαθήσει να φτάσει σύντομα στις θετικές ταμειακές ροές και στην κερδοφορία, ώστε να μπορεί τα όποια επενδυτικά κεφάλαια αντλεί να τα μετατρέπει σε ανάπτυξη με υψηλό πολλαπλασιαστή και υψηλή πιθανότητα επιτυχίας. Για να κάνω και έναν απλό παραλληλισμό, δεν μπορεί ένα τζάκι να χρειάζεται συνέχεια προσανάμματα για να διατηρείται η φλόγα. Πρέπει κάποια στιγμή να πάρει μπρος και να ρίχνει νέα ξύλα ανάλογα με τη φλόγα που θέλεις.

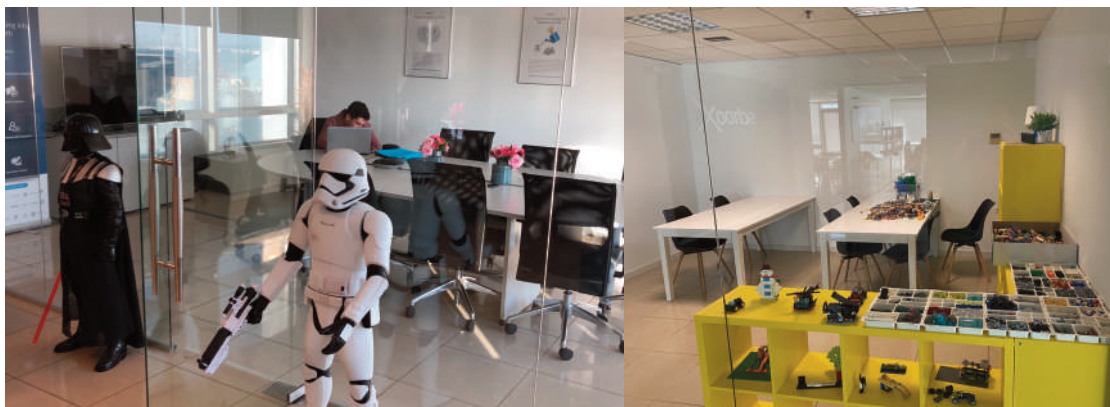
Η ιδρυτική ομάδα δεν πρέπει να φοβάται να παραχωρεί εταιρικό μερίδιο για να πετύχει την ανάπτυξή της. Είναι πολύ απλό το σκεπτικό, είναι προτιμότερο να έχεις, π.χ., 30% σε μία εταιρεία που αξίζει 200 εκατ. δολάρια αντί για 90% σε μία εταιρεία που αξίζει 5 εκατ. δολάρια. Θέλει, ωστόσο, πολλή προσοχή, διότι με όποιον τρόπο και αν παραχωρείται το εταιρικό μερίδιο (π.χ., για την άντληση επενδυτικών κεφαλαίων ή για την κινητροποίηση των ανθρώπων της μέσω stock options) πρέπει να οδηγεί στο τέλος στην επιθυμητή ανάπτυξη και υπεραξία. Στην ουσία παραχωρώντας εταιρικό μερίδιο, αγοράζεις χρόνο μέσα από τα κεφάλαια που αντλεις, ώστε να αναπτυχθείς πιο γρήγορα. Όταν αυτό δεν γίνεται αποτελεσματικά, καταλήγεις να έχεις παραχωρήσει ένα δυσανάλογο εταιρικό μερίδιο για την ανάπτυξη που έχεις πετύχει.

S.M. Έχετε προχωρήσει μάλιστα και σε εξαγορά αμερικανικής εταιρείας στον τομέα σας! Άλλη μία πρωτιά για ελληνική Startup! Μπορείτε να μας πείτε μερικά πράγματα για αυτήν;

Λ. Ντουάνογλου: Ναι, εξαγοράσαμε τη Leamer Nation, μία εταιρεία με έδρα την Ατλάντα. Η συγκεκριμένη εταιρεία είχε σημαντικό πελατολόγιο σε ορισμένες αγορές που μας ενδιέφεραν και έτσι αποφασίσαμε να προχωρήσουμε στην εξαγορά. Το στοίχημα σε αυτές τις εξαγορές είναι η γρήγορη μεταφορά του πελατολογίου στο δικό σου προϊόν, ώστε να μην έχεις δύο γραμμές παραγωγής και κατακερματισμό πόρων για την υποστήριξη διαφορετικών προϊόντων, κάτι που καταφέραμε με επιτυχία.

S.M. Μπορείτε να μας πείτε ορισμένα πράγματα για το επιχειρηματικό και Startup οικοσύστημα της Θεσσαλονίκης; Πώς έχει εξελιχθεί μέχρι σήμερα; Ποιες είναι σήμερα οι μεγαλύτερες προκλήσεις για μια εταιρεία στη χώρα μας;

Λ. Ντουάνογλου: Πιστεύω ότι το ελληνικό Startup οικοσύστημα στο σύνολό του έχει ωριμάσει αρκετά τα τελευταία χρόνια όπως και το αντίστοιχο οικοσύστημα της Θεσσαλονίκης. Το συγκεκριμένο οικοσύστημα είναι ακόμα υπό διαμόρφωση σε ολόκληρη τη χώρα, αλλά θα ωριμάζει με ταχύτερους



ρυθμούς εκεί όπου θα επενδύονται τα περισσότερα κεφάλαια. Οι επενδύσεις κεφαλαίων οδηγούν και σε απώλειες, όταν δεν πάει καλά το εγχείρημα, αλλά και σε σημαντικά κέρδη και υπεραξίες, όταν η εταιρεία έχει θετική πορεία. Και οι δύο εξελίξεις ωριμάζουν το οικοσύστημα. Στην απώλεια μαθαίνει από τα λάθη του και στην επιτυχία γεννάει έμπειρα στελέχη, νέα επενδυτικά κεφάλαια και τόνωση της ψυχολογίας. Θέλει όμως το χρόνο του. Και μπορεί το Internet να κάνει πολύ πιο εύκολη την επιχειρηματική δραστηριότητα εκτός Ελλάδας, κυρίως στις εταιρείες λογισμικού, αλλά συνεχίζει να είναι αρκετά πιο δύσκολη η διαδρομή σε σχέση με τις αμερικανικές ή τις άλλες Startup εταιρείες που προέρχονται από χώρες με πολύ πιο δυνατές εγχώριες αγορές. Η εμπειρία στο πώς μπορεί να επεκταθεί μία ελληνική Startup σε μεγάλες αγορές του εξωτερικού πιστεύω ότι είναι ακόμα περιορισμένη. Ο μεγαλύτερος κίνδυνος είναι όταν δεν γνωρίζεις τι δεν γνωρίζεις. Εκεί χάνονται τα περισσότερα κεφάλαια και αποτυγχάνουν οι περισσότερες εταιρείες.

S.M. Η εύρεση ταλέντων ειδικά σε τεχνολογίες αιχμής είναι μια μεγάλη πρόκληση για όλες τις επιχειρήσεις σήμερα. Πώς το αντιμετωπίζετε, δεδομένου ότι το κέντρο R&D βρίσκεται στη Θεσσαλονίκη;

Λ. Ντουάνογλου: Υπάρχουν αρκετά ταλέντα και σήμερα στα ελληνικά πανεπιστήμια με την έννοια της επιστημονικής κατάρτισης και της θεωρητικής γνώσης. Τα ταλέντα ωστόσο στα οποία αναφέρεστε και τα οποία φιλοδοξούμε να στελεχώσουν το αναδυόμενο οικοσύστημα των Startup εταιρειών, είτε από τη θέση των ιδρυτών είτε από τη θέση των στελεχών, που απαιτεί και προϋποθέτει και άλλες δεξιότητες, θα αυξάνονται όσο θα ωριμάζει το οικοσύστημα των Startups. Αυτό στην ουσία σημαίνει ότι όσο θα διαμορφώνονται καλύτερες συνθήκες επαγγελματικής αποκατάστασής τους μέσα σε αυτό το οικοσύστημα, και όσο περισσότερο θα νιώθουν ότι βρίσκονται σε μια αγορά που μπορεί να χωρέσει τις φιλοδοξίες τους. Είναι

μία σημαντική διαφορά από άλλες αγορές, όπως η αμερικανική. Οι φοιτητές των πανεπιστημίων εκεί έχουν πρότυπο πάρα πολλούς επιτυχημένους ιδρυτές και ως υποψήφιες εταιρείες για μία επαγγελματική σταδιοδρομία ένα άπειρο σύνολο από πολύ «γοπτευτικές» εταιρείες. Είναι διαφορετική η κινητροποίηση που τους παρέχει η ίδια η αγορά και το επιτυχημένο οικοσύστημα των Startups εκεί. Αυτό προϋποθέτει να έχουμε σημαντικές επιτυχίες ελληνικών εταιρειών. Ένα ικανοποιητικό σύνολο από πολύ δυνατές επιτυχίες θα αλλάξει όλο το σκηνικό. Δεν είμαστε όμως ακόμα εκεί. Έχουμε κάνει ωστόσο σημαντικά βήματα.

S.M. Τι πρέπει να κάνουμε κατά τη γνώμη σας ως χώρα για να έχουμε περισσότερες «Schoox»; Και ποιες συμβουλές θα δίνετε στους νέους founders;

Λ. Ντουάνογλου: Να βάζουμε όσο το δυνατόν λιγότερα εμπόδια στους φιλόδοξους και ικανούς ανθρώπους στην προσπάθειά τους να κυνηγήσουν τα όνειρά τους. Να στηρίζουμε την υγιή επιχειρηματικότητα και να ενθαρρύνουμε τους νέους ανθρώπους να σκέφτονται μεγαλεπήβολα. Είναι καιρός επίσης να αρχίσουμε να δίνουμε ως πολιτεία μεγαλύτερη σημασία και να αναπτύσσουμε σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης δεξιότητες που είναι σημαντικές για την επιτυχία των νέων ανθρώπων. Έχουμε προγράμματα σπουδών γεμάτα από ειδική και γενική γνώση, ένα μεγάλο μέρος των οποίων δεν αφομοιώνεται καν και άρα δεν μπορεί να επιτύχει τον αντικειμενικό του στόχο στη διαμόρφωση της επιστημονικής και ατομικής προσωπικότητας που επιδιώκουμε, αλλά σχεδόν καμία απολύτως επένδυση στην ανάπτυξη σημαντικών και βασικών δεξιοτήτων, όπως είναι οι διαπραγματεύσεις, η συνεργασία, η ηγεσία, η κριτική σκέψη, η επίλυση προβλημάτων, η συναισθηματική νοημοσύνη κ.ά.

Για τους founders η μόνη συμβουλή που δίνουμε είναι να πιστεύουν στον εαυτό τους, να στοχεύουν ψηλά... όσο πιο ψηλά μπορούν και να κυνηγούν με πάθος τα όνειρά τους. Το motto μας είναι «Go big or don't go».

VOLOGRAMS

ΕΝΑΣ ΤΕΧΝΟΒΛΑΣΤΟΣ ΜΕ ΕΛΛΗΝΙΚΗ «ΚΑΤΑΓΩΓΗ» ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΙ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ 3D ΟΛΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Η Volograms είναι μία Startup με –εν μέρει– ελληνική «καταγωγή», η οποία ασχολείται με τη δημιουργία τρισδιάστατων ολογραμμάτων. Η πορεία της αποτελεί παράδειγμα για το πώς η «υψηλή» τεχνολογία που αναπτύσσεται σε πανεπιστημιακό, ερευνητικό επίπεδο μπορεί να «εξαχθεί» στην αγορά, έχοντας, πέρα από ένα υποσχόμενο προϊόν, την υποστήριξη που χρειάζεται κάθε νεοφυές εγχείρημα.

Της Εύης Τριαντοπούλου

Η ομάδα της Volograms





Η Volograms ιδρύθηκε από μια ομάδα τριών ερευνητών, με τον καθένα να προέρχεται από διαφορετικό ακαδημαϊκό υπόβαθρο αλλά και από διαφορετικές χώρες. Όλα ξεκίνησαν το Σεπτέμβριο του 2016, όταν ο ένας εξ αυτών, ο δρ Κωνσταντίνος Αμπλιανίτης, προσελήφθη στο Trinity College Dublin (TCD), το Πανεπιστήμιο του Δουβλίνου ως μεταδιδακτορικός επιστημονικός εταίρος.

Εκεί «γεννήθηκε» η ιδέα και σχηματίστηκε η προαναφερθείσα ομάδα, η οποία έπειτα από 18 μήνες έρευνας, οδηγήθηκε σε πολλές δημοσιεύσεις σε υψηλού κύρους περιοδικά και συνέδρια παγκοσμίως, καθώς και σε ένα ώριμο πρότυπο σύστημα, το οποίο εφαρμόστηκε σε πληθώρα παραδειγμάτων εφαρμογών και δημιουργικών πειραμάτων. Αποτέλεσμα της εξέλιξης αυτής ήταν να ιδρυθεί μια εταιρεία τεχνολογικών (spin-off) με την ονομασία VOLOGRAMS Ltd (εταιρεία περιορισμένης ευθύνης) και έδρα το Δουβλίνο.

ΤΙ ΑΚΡΙΒΩΣ ΚΑΝΕΙ Η VOLOGRAMS

Η Volograms μέχρι σήμερα ακολουθεί το μοντέλο του service provider, δημιουργώντας 3D ολογράμματα ανθρώπων από δεδομένα βίντεο και ενσωμάτωσης των ολογραμμάτων αυτών σε οποιαδήποτε συσκευή υποστηρίζει AR ή VR περιεχόμενο (για παράδειγμα, κινητά, tablets, AR/VR headsets κ.λπ.). Απευθύνεται είτε σε πελάτες που έχουν κάποιο σύστημα έτοιμο για λήψη (π.χ., production studios, 3D Scanning & VFX studios) είτε σε εταιρείες που δουλεύουν ήδη στον AR/VR χώρο και θέλουν να εξερευνήσουν τη δυνατότητα δημιουργίας 3D ολογραμμάτων μέσω volumetric video στήνοντας το δικό τους σύστημα λήψης.

Το επιστημονικό και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της τεχνολογίας της σε σχέση με τους υπόλοιπους ανταγωνιστές της έγκειται, σύμφωνα με την ομάδα, στο γεγονός ότι μπορεί να δημιουργήσει 3D ολογράμματα με αντίστοιχη ακρίβεια και ανάλυση, αλλά με πολύ χαμηλότερο κόστος και ταχύτερη time-to-market ανταπόκριση. Ουσιαστικά, η τεχνολογία της Volograms δίνει τη δυνατότητα σε όλους να παράγουν 3D ολογράμματα ανθρώπων χρησιμοποιώντας το δικό τους προσαρμοσμένο σύστημα λήψης, σε αντίθεση με αντίστοιχους ανταγωνιστές που είναι υποχρεωμένοι να κάνουν τις λήψεις σε πράσινο δωμάτιο με πολλές κάμερες υψηλής ευκρίνειας και με τεράστιο κόστος παραγωγής αντίστοιχου περιεχομένου. Αυτό σημαίνει ότι πολύ περισσότεροι μπορούν να δημιουργούν 3D ολογράμματα με τη δική της τεχνολογία.

Μέχρι σήμερα, η εταιρεία έχει συνεργαστεί, μεταξύ άλλων, με τις Samsung XR (ΗΠΑ), Acciona (Ισπανία), Voyagers (Ισπανία), London College of Fashion, Royal College of Surgeons Ireland – University of Medicine & Health Sciences και με άλλες εταιρείες.



ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕ «ΑΡΩΜΑ» ΙΡΛΑΝΔΙΑΣ

Η Volograms, όπως προαναφέρθηκε, έχει έδρα την Ιρλανδία κι αυτό, εξηγεί ο Κωνσταντίνος Αμπλιανίτης, ήταν μια συνειδητή επιλογή, καθώς η χώρα έχει όλα τα χαρακτηριστικά ενός υγιούς και ανεπτυγμένου επιχειρηματικού οικοσυστήματος για νεοφυείς επιχειρήσεις.

Ένα από τα προνόμια που προσέφερε στην ομάδα η συγκεκριμένη επιλογή ήταν το γεγονός ότι το Trinity College Dublin, όπως και άλλα πανεπιστήμια της Ιρλανδίας, έχει το λεγόμενο Tech Transfer Office, το οποίο αναλαμβάνει αποκλειστικά, τόσο τη διαδικασία εμπορευματοποίησης της τεχνολογίας που δημιουργήθηκε από το πανεπιστήμιο όσο και την πρόσβαση/σύσταση με VC.

Ένα από τα στάδια της διαδικασίας αυτής είναι η καθολική υποστήριξη της οποίας καινοτομίας προκύπτει από τα πανεπιστήμια, τόσο στους ερευνητές όσο και στους αποφοίτους του πανεπιστημίου, προκειμένου να καταστεί δυνατή η πραγματοποίηση επενδύσεων σε νεοφυείς επιχειρήσεις που ανέπτυξαν την τεχνολογία, λέει ο συνιδρυτής της Volograms.

Κάπως έτσι, η εταιρεία κατάφερε λίγους μήνες μετά την ίδρυσή της να λάβει αρχικό κεφάλαιο εκκίνησης (pre-seed capital) ύψους 850 χιλ. ευρώ, εκ των οποίων τα 600 χιλ. ευρώ προήλθαν από το University Bridge Fund της Atlantic Bridge Ventures, που απευθύνεται αποκλειστικά σε τεχνολογίες που γεννήθηκαν και αναπτύχθηκαν σε ιρλανδικά πανεπιστήμια και ινστιτούτα, και τα υπόλοιπα 250 χιλ. ευρώ από την Enterprise Ireland.

Σήμερα, η εταιρεία απασχολεί 11 υπαλλήλους και αναμένεται να διπλασιαστεί έως το τέλος του 2020. Πρόσφατα, άντλησε μάλιστα και νέα χρηματοδότηση, ύψους 1,5 εκατ. ευρώ, από τις Sure Valley Ventures, Atlantic Bridge Ventures και Enterprise Ireland. Επίσης πρόσφατα έλαβε επιπλέον χρηματοδότηση από ευρωπαϊκά προγράμματα στήριξης (Horizon 2020). Στόχος της ομάδας είναι να εξασφαλίσει μελλοντικά και άλλα κεφάλαια από ιρλανδικά και ευρωπαϊκά προγράμματα.

Cyber. Security



Η ΚΥΒΕΡΝΟΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Ένας από τους σημαντικότερους κινδύνους που αντιμετωπίζουν δημόσιοι οργανισμοί και ιδιωτικές εταιρείες σε όλο τον κόσμο είναι πλέον οι λεγόμενες κυβερνοεπιθέσεις, με το κόστος των ζημιών που προκαλούν μόνο σε επιχειρήσεις να υπολογίζεται πια σε δεκάδες δισεκατομμύρια ετησίως. Σύμφωνα, μάλιστα, με διεθνείς αναλυτές, σε ορισμένους κρίσιμους τομείς —όπως η εθνική ασφάλεια και τα ερευνητικά δεδομένα— αυτές οι επιθέσεις αποτελούν τη Νο 1 απειλή παγκοσμίως.

Του Σωτήρη Γιαννάτου

Σχεδόν κάθε εβδομάδα δημοσιεύεται μια είδηση για κυβερνοεπίθεση σε μια γνωστή εταιρεία ή σε μια δημοφιλή εφαρμογή για κινητά. Και όμως, ελάχιστοι συνειδητοποιούν το μέγεθος των απειλών κυβερνοασφάλειας στην καθημερινότητά μας καθώς και την πραγματική έκταση του φαινομένου. Όχι πλέον σε παγκόσμιο επίπεδο, όπου τα στοιχεία είναι ιλιγγιώδη σε σχέση με την προηγούμενη δεκαετία ή τα τέλη της δεκαετίας του '90, αλλά σε εθνικό και ακόμα περισσότερο σε τοπικό επίπεδο. Στη διπλήν εταιρεία, στην ίδια πόλη, στην απέναντι πολυκατοικία... σε έναν συνάδελφο, σε έναν συμμαθητή ή φίλο.

Σύμφωνα με έρευνα του Πανεπιστημίου του Μέριλαντ των ΗΠΑ, κάθε 39 δευτερόλεπτα χάκερς πραγματοποιούν μια επίθεση, ενώ κάθε ημέρα καταγράφονται κατά μέσο όρο 2.244 κυβερνοεπιθέσεις(!) σε όλο τον κόσμο. Στην πλειονότητά τους οι στόχοι των κυβερνοεπιθέσεων είναι ανώνυμοι πολίτες και μικρές ή μικρομεσαίες επιχειρήσεις και όχι celebrities, δισεκατομμυριούχοι και πολυεθνικοί κολοσσοί, οι οποίοι συνήθως εμφανίζονται σε ρεπορτάζ και δημοσιεύματα λόγω αναγνωρισιμότητας και φήμης. Μόνο στις ΗΠΑ το 43% των κυβερνοεπιθέσεων είχαν στόχο μικρές επιχειρήσεις (έρευνα Verizon) και μόλις το 5% των εταιρικών αρχείων είναι προστατευμένα και ασφαλή απέναντι σε κυβερνοεπιθέσεις (έκθεση Varonis/έρευνα Symantec).

Δεν είναι τυχαίο άλλωστε πως ιδιωτικές εταιρείες και δημόσιοι οργανισμοί από διάφορους τομείς και κλάδους σε παγκόσμιο επίπεδο αναγνωρίζουν πλέον ότι οι κυβερνοεπιθέσεις αποτελούν έναν από τους σημαντικότερους κινδύνους που αντιμετωπίζουν καθημερινά κατά την επιχειρηματική δραστηριότητά τους αλλά και ο πιο «αστάθμητος κίνδυνος» λόγω της ποικιλίας και της πολυπλοκότητας των τρόπων επιθέσεων που μπορεί να δεχτούν ανά πάσα στιγμή από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου.

Η αλήθεια είναι πως οι περισσότερες κυβερνοεπιθέσεις δεν γίνονται ποτέ γνωστές, καθώς οι εταιρείες επιδιώκουν να αποκρύπτουν τέτοια «ατυχή γεγονότα» για να μην πληγεί το κύρος και η αξιοπιστία τους, και οι ιδιώτες αποφεύγουν τη δημοσιοποίηση από ντροπή και φόβο κοινωνικού διασυρμού και μελλοντικής στοχοποίησης.

ΣΤΗ... ΣΚΙΑ ΤΩΝ ΚΥΒΕΡΝΟΕΠΙΘΕΣΕΩΝ

Ακόμα και πολύ σοβαρές παραβιάσεις ασφαλείας ανακαλύπτονται με μεγάλη καθυστέρηση από εσωτερικούς ελέγχους ή εξωτερικούς εξειδικευμένους συνεργάτες. Σύμφωνα με έρευνα της IBM, το 2019 ο μέσος χρόνος αναγνώρισης παραβίασης ασφαλείας ήταν... 206 ημέρες. Ακόμη μεγαλύτερος είναι —σύμφωνα με τις περισσότερες έρευνες στην Αμερική, την Ευρώπη και την Ασία— ο χρόνος που απαιτείται από την αναγνώριση μιας επίθεσης μέχρι την αντιμετώπιση, τον περιορισμό της επίθεσης και την επίλυση ή την επιδιόρθωση των κενών ασφαλείας, έπειτα από κάθε παραβίαση. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία της ίδιας έρευνας της IBM, ο μέσος χρόνος πλήρους αποκατάστασης είναι σχεδόν 314 ημέρες!

Σύμφωνα με τους ειδικούς στην κυβερνοασφάλεια, σπανίως μια σοβαρή κυβερνοεπίθεση γίνεται αντιληπτή σε πραγματικό χρόνο. Κι ακόμα σπανιότερα αντιμετωπίζεται αποτελεσματικά χωρίς την ύπαρξη των κατάλληλων υποδομών (σε λογισμικό και εξοπλισμό), διαδικασιών και εξειδικευμένων στελεχών στην κυβερνοασφάλεια.

Αυτό το γεγονός αυξάνει ταυτόχρονα το κόστος κάθε κυβερνοεπίθεσης σε μια εταιρεία ή σε έναν οργανισμό, αλλά και τα κέρδη των χάκερς που την πραγματοποιήσαν με έναν συγκεκριμένο σκοπό — συνήθως οικονομικό όφελος.

Δυστυχώς, η επικρατούσα αντίληψη της κοινής γνώμης πως οι κυβερνοεπιθέσεις είναι ένα αθώο «παιχνίδι» εφήβων και παιδιών-

θαυμάτων, που παραβιάζουν δίκτυα και υπολογιστές εταιρειών, οργανισμών και υπηρεσιών, με μοναδικό σκοπό να αποδείξουν τις εξαιρετικές τους ικανότητες και τις εξειδικευμένες γνώσεις τους στην πληροφορική, είναι εντελώς λανθασμένη και αφελής, βασισμένη κυρίως σε σενάρια κινηματογραφικών ταινιών και σε μυθιστορήματα περασμένων δεκαετιών.

Στην πραγματικότητα τα στοιχεία δείχνουν πως οι σημερινοί χάκερς είναι άτομα με πανεπιστημιακή μόρφωση, εξαιρετικές ικανότητες και μεγάλη εμπειρία στην παραβίαση συστημάτων με γνώσεις κάλυψης του ηλεκτρονικού ίχνους που οδηγεί στην ταυτοποίησή τους. Κάθε επίθεση είναι καλά μελετημένη και σχεδιασμένη, έχοντας πάντοτε έναν συγκεκριμένο σκοπό: οικονομική ανταμοιβή, απόσπαση πληροφοριών (εταιρική ή κρατική κατασκοπεία), πρόκληση ζημιών, καταστροφή συστημάτων κ.ά.

Γι' αυτό πλέον οι πιο σοβαρές κυβερνοεπιθέσεις δεν γίνονται από μεμονωμένους χάκερς με ακτιβιστικές αντιλήψεις, αλλά από ομάδες χάκερς, εξειδικευμένες εταιρείες, επίλεκτες ειδικές στρατιωτικές μονάδες και κρατικές υπηρεσίες (π.χ. της Βόρειας Κορέας).

Για παράδειγμα, τον περασμένο Ιούνιο ερευνητές ασφαλείας της σλοβακικής εταιρείας antivirus ESET αποκάλυψαν την ύπαρξη μιας παγκόσμιας επιχείρησης κυβερνοεπιθέσεων που υλοποιήθηκε από τις διαβόητες ομάδες χάκερς του «Lazarus Group» (μέλη της μεγαλύτερης πειρατικής ομάδας της Βόρειας Κορέας και στελέχη των υπηρεσιών πληροφοριών της χώρας) με την κωδική ονομασία «Operation In(ter)ception» και σκοπό τόσο την κυβερνοκατα-



σκοπεία όσο και την κλοπή χρημάτων από τραπεζικούς λογαριασμούς και πιστωτικές κάρτες.

Στις αρχές του ίδιου μήνα, ανεξάρτητη έρευνα της εταιρείας διαδικτυακής ασφαλείας Sansec κατέληξε στο συμπέρασμα πως Βορειοκορεάτες χάκερς, που συνδέονται με την ελίτ ομάδα χάκερς των μυστικών υπηρεσιών (γνωστή στο δυτικό κόσμο ως «Hidden Cobra»), εισέβαλαν σε ιστοσελίδες γνωστών εταιρειών ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω κενών ασφαλείας στους servers και εμφύτευσαν κώδικα για την υλοποίηση «skimming», δηλαδή την παρακολούθηση των κινήσεων πελατών κατά τη διάρκεια διαδικτυακών αγορών και την αντιγραφή/κλοπή των στοιχείων πιστωτικών καρτών Αμερικανών και Καναδών πολιτών.

Όπως προκύπτει από ειδικές έρευνες αξιολόγησης κυβερνοεπιθέσεων στις ΗΠΑ, το 71% των παραβιάσεων έχουν οικονομικά κίνητρα (Gartner, Verizon) και το 25% σχετίζεται με την κατασκοπεία (Verizon). Μάλιστα, οι παραβιάσεις ασφαλείας με στόχο δεδομένα και έγγραφα αυξήθηκαν φέτος κατά 11% σε σχέση με το 2018 και συνολικά κατά 67% από το 2014, σύμφωνα με μελέτη της συμβουλευτικής εταιρείας Accenture.

Στατιστικά, το 52% των παραβιάσεων ασφαλείας οφείλονται σε τεχνικές εισβολής σε έναν υπολογιστή ή σε ένα δίκτυο χωρίς εξουσιοδότηση (hacking), με ή χωρίς παραβίαση μέτρων προστασίας ή κωδικών πρόσβασης (έρευνες Gartner, Accenture, Verizon, Symantec).

Μόνο στον τομέα της υγείας πέρυσι το κόστος της απώλειας δεδομένων από κυβερνοεπιθέσεις που αποκαλύφθηκαν στις ΗΠΑ εκτιμήθηκε στα 6,5 δισεκατομμύρια δολάρια (έκθεση IBM), ενώ άγνωστο παραμένει το συνολικό κόστος σε διεθνές επίπεδο.

Η πιο πρόσφατη έκθεση της KPMG, πάντως, καταλήγει στο συμπέρασμα πως το εκτιμώμενο κόστος του κυβερνοεγκλήματος στην παγκόσμια οικονομία ετησίως κυμαίνεται στα 375-575 δις. δολάρια!

ΤΟ... ΧΑΣΜΑ ΑΝΤΙΛΗΨΗΣ ΚΥΒΕΡΝΟΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Έστω και με καθυστέρηση, οι περισσότεροι επιχειρηματίες αναλαμβάνονται τα τελευταία χρόνια ότι η εγκατάσταση ενός προγράμματος antivirus είναι μεν απαραίτητη (και μάλιστα μέρος των βασικών μέτρων ασφαλείας), αλλά αποτελεί άμυνα απέναντι σε πολύ συγκεκριμένους κινδύνους, ενώ η χρησιμοποίηση –συχνά δωρεάν– προγραμμάτων τύπου «τείχους προστασίας» (firewall) για Windows προστατεύει από ιούς, trojans, worms και άλλες παρόμοιες απειλές (Cyber Threats) υπολογιστών και δικτύων, αλλά δυστυχώς είναι αποτελεσματική σε κυβερνοεπιθέσεις... περασμένων δεκαετιών.

ΑΝΟΔΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΘΕΣΕΩΝ ΛΟΓΩ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ

Μια πρόσφατη έρευνα της Acronis σε 3.400 επιχειρήσεις παγκοσμίως αποκαλύπτει ότι οι χάκερς στοχεύουν εργαζόμενους σε τηλεργασία μια και έχουν απομακρυσμένη πρόσβαση στο δίκτυο της εταιρείας ενώ το 39% των εταιρειών έχει αντιμετωπίσει μια επίθεση κατά τη διάρκεια τηλεδιάσκεψης τους τελευταίους μήνες.

Οι επιθέσεις κακόβουλου λογισμικού, όπως το ransomware, έχουν επίσης αυξηθεί κατά τη διάρκεια της πανδημίας, με το 31% των εταιρειών να αναφέρουν καθημερινές κυβερνοεπιθέσεις, με τις μισές (50%) να συμβαίνουν τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα τον περασμένο Ιούλιο. Για παράδειγμα η Garmin φέρεται να κατέβαλε πρόσφατα 10 εκατομμύρια δολάρια σε μια επίθεση του ransomware WastedLocker για να αποκτήσει πρόσβαση στα (κρυπτογραφημένα) δεδομένα της μετά από εκβιασμό.

Επιθέσεις phishing συμβαίνουν αυτήν τη στιγμή σε ιστορικά υψηλά επίπεδα, το οποίο δεν αποτελεί έκπληξη, δεδομένου ότι η έκθεση της Acronis διαπίστωσε ότι μόνο το 2% των εταιρειών υλοποιούν φιλτράρισμα διευθύνσεων web κατά την αξιολόγηση μιας λύσης κυβερνοασφάλειας. Αυτή η αμέλεια αφήνει τους απομακρυσμένους εργαζόμενους ευάλωτους σε sites «ηλεκτρονικού ψαρέματος».



ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ CYBERSECURITY ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΠΕΙΛΕΣ

Τα τελευταία χρόνια ακούγεται ολοένα και περισσότερο ο όρος «κυβερνοσφάλεια» (ή «Cybersecurity»). Στο σύγχρονο κόσμο των επιχειρήσεων, όπου οι τεχνολογικές εξελίξεις είναι ραγδαίες και ο ψηφιακός μετασχηματισμός αλλάζει ριζικά τομείς και κλάδους, η διασφάλιση των ψηφιακών υποδομών μιας εταιρείας—από το intranet, το δίκτυο των γραφείων της μέχρι την ιστοσελίδα, τα εταιρικά δεδομένα που έχουν αποθηκευτεί σε cloud και το περιεχόμενο των προφίλ της στα social media—κρίνεται κρίσιμη για την ομαλή λειτουργία της.

Ως όρος, «κυβερνοσφάλεια» ορίζεται το σύνολο των προγραμμάτων, των συστημάτων, των λύσεων και των διαδικασιών για την προστασία υποδομών πληροφορικής και πληροφοριών σε εταιρείες, φορείς και οργανισμούς απέναντι σε «ψηφιακές απειλές» (Cyber Threats) από άτομα (φυσικά πρόσωπα), ομάδες, εταιρείες ή (κακόβουλα) προγράμματα, που προσπαθούν να αποκτήσουν άδεια πρόσβασης ή χρήσης χωρίς να έχουν την εξουσιοδότηση.

«Ψηφιακές απειλές» (ή «κυβερνοαπειλές») χαρακτηρίζονται, μεταξύ άλλων, εξειδικευμένα προγράμματα (λογισμικού), όπως οι ιοί των υπολογιστών, των κινητών και των άλλων συσκευών—είτε είναι συνδεδεμένα μεταξύ τους, είτε στο διαδίκτυο—, άλλα είδη λογισμικού, όπως τα ransomware, τα malware, αλλά και όλες οι ενέργειες που έχουν σκοπό την παραβίαση ηλεκτρονικών συστημάτων από μη εξουσιοδοτημένους και συχνά κακόβουλους χρήστες (γνωστοί και ως «hackers»). Επίσης, «ψηφιακές απειλές» θεωρούνται και άλλες παράνομες ενέργειες, που έχουν σκοπό την παραβίαση, την αντιγραφή και τη χρήση ηλεκτρονικής ταυτότητας ή ηλεκτρονικής υπογραφής, οι ενέργειες πρόκλησης ζημιών σε προγράμματα και υποδομές, η προσωρινή ή η μόνιμη απενεργοποίηση συστημάτων και μηχανημάτων, η κρυπτογράφηση σημαντικών δεδομένων και αρχείων της επιχείρησης με σκοπό την εκβίαση και την απόσπαση χρημάτων, όπως ακόμα και οι κάθε είδους ηλεκτρονικές απάτες κατά εταιρειών, οργανισμών και ιδιωτών (φυσικών προσώπων) με τη χρήση λογισμικού, κώδικα ή τεχνολογικού εξοπλισμού.

Οι σημερινές επιθέσεις από χάκερς είναι πολύ πιο περίπλοκες, εξελιγμένες και εξειδικευμένες από τις αντίστοιχες του 2010 ή του 2004, αναζητώντας κενά ασφαλείας, τεχνικές ελλείψεις, λανθασμένες ρυθμίσεις, παραλείψεις, ακόμα και προσωπικές αδυναμίες συγκεκριμένων εργαζομένων!

Σύμφωνα με έκθεση της Cybint Solutions, το 2018 το 62% των επιχειρήσεων δέχτηκαν επιθέσεις εξαπάτησης τύπου phishing («ηλεκτρονικού ψαρέματος») και «κοινωνικής χειραγώγησης» («social engineering attacks») εργαζομένων, τις οποίες δεν μπορεί να αντιμετωπίσει κανένα πρόγραμμα (antivirus/firewall) ή προηγμένος εξοπλισμός (hardware).

Δυστυχώς, τα στοιχεία όσο και οι τελευταίες έρευνες δείχνουν πως οι κίνδυνοι πολλαπλασιάζονται κάθε χρόνο, ενώ παράλληλα οι κυβερνοεπιθέσεις αυξάνονται ραγδαία, παρά τη θέσπιση αυστηρών κανονισμών (όπως για παράδειγμα, το GDPR στην ΕΕ) και εθνικών νόμων με σκληρές ποινές για την αντιμετώπιση του φαινομένου.

Όπως αποκαλύπτει πρόσφατη έρευνα της Accenture, το 68% των μάντζερ, των διοικητικών στελεχών και των επιχειρηματικών πιστεύει ότι οι κίνδυνοι κυβερνοεπιθέσεων θα αυξηθούν στο μέλλον και συνεπώς θα πρέπει να αυξήσουν σημαντικά τους πόρους και τις επενδύσεις στην κυβερνοασφάλεια.

Γι' αυτό τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό ο τομέας της κυβερνοασφάλειας (στα αγγλικά, CyberSecurity) αποκτά κάθε χρόνο μεγαλύτερη αξία. Σύμφωνα με εκθέσεις διεθνών οίκων και εταιρειών ερευνών (Gartner, Mordor Intelligence, Verizon, Australian Cyber Security Growth Network), η παγκόσμια αγορά υπηρεσιών κυβερνοασφάλειας (Cybersecurity) έχει ήδη αξία 173 δισ. δολάρια (από 122 δισ. δολάρια το 2019), ενώ αναμένεται να... εκτοξευθεί στα 281,74 δισ. δολάρια μέχρι τα τέλη του 2027.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΑΠΟ ΕΝΑ ΣΗΜΕΙΟ

Σε κάθε περίπτωση οι υπεύθυνοι IT και Cybersecurity των εταιρειών, από την πιο μικρή έως μια πολυεθνική, θα πρέπει να προσεγγίσουν το θέμα ολιστικά και να δώσουν έμφαση, πέρα από την αναχαίτιση των απειλών, στο backup και την αποκατάσταση των δεδομένων σε περίπτωση που συμβεί κάποια παραβίαση. Φυσικά θα πρέπει να καλύπτονται και όλα τα υπολογιστικά σημεία όπου έχουν πρόσβαση οι υπάλληλοι της εταιρείας ή ακόμα και οι συσκευές IoT που έχουν αναπτυχθεί εντός ή εκτός της επιχείρησης, με το εκάστοτε λογισμικό να προσφέρει όλα τα παραπάνω και από ένα σημείο, για μείωση της πολυπλοκότητας και του κόστους.

Για μεγαλύτερες επιχειρήσεις ο έλεγχος των υπολογιστικών συστημάτων τους από ειδικευμένες εταιρείες για αδυναμίες και τρωτά σημεία είναι επιβεβλημένη.

Σε επόμενο θέμα θα καλύψουμε τις λύσεις των μεγαλύτερων εταιρειών Cybersecurity αλλά και των Startups για μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις.

HACK THE BOX

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ STARTUP ΠΟΥ «ΧΑΚΑΡΕΙ» ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΥΒΕΡΝΟΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Συνδυάζοντας εκπαίδευση, πρακτική κατάρτιση και ενημέρωση, η Hack The Box κατάφερε σε χρόνο ρεκόρ να αποτελεί πλέον διεθνώς σημείο αναφοράς στον τομέα της κατάρτισης στο hacking και στην κυβερνοασφάλεια.



Στις περισσότερες κατηγορίες ανάπτυξης εφαρμογών τεχνολογίας και καινοτομίας οι μεγαλύτερες και πιο γνωστές εταιρείες του κόσμου είναι συνήθως αμερικανικές. Κι όμως, μια ελληνική edutech Startup πρωτοπορεί και διακρίνεται παγκοσμίως στον τομέα της εκπαίδευσης στην κυβερνοασφάλεια και στην εξειδικευμένη κατάρτιση στο hacking!

Η **Hack The Box** αποδεικνύει τα τελευταία 3,5 χρόνια πως δεν είναι απλώς η εξαίρεση του κανόνα, αλλά η εταιρεία που δημιουργεί νέα δεδομένα και επανακαθορίζει την τεχνολογική εκπαίδευση στο hacking, δημιουργώντας το πρότυπο για ολόκληρο τον κλάδο.

Σήμερα η **Hack The Box** είναι μία από τις μεγαλύτερες πλατφόρμες hacking στον κόσμο έχοντας πάνω από 450.000 μέλη παγκοσμίως, τα οποία συμμετέχουν ενεργά σε διαδραστικά παιχνίδια, προγράμματα training και σε κοινές δραστηριότητες, ανταλλάσσοντας ιδέες, σχόλια και προτάσεις.

Σε αντίθεση με άλλες πλατφόρμες, η **Hack The Box** προσφέρει «εργαστήρια» προσομοίωσης υπολογιστών για χακάρισμα (pen-test labs), με ...διαφορετικό τρόπο προσέγγισης και διεξαγωγής σε σχέση με τα συνηθισμένα. Ακόμα και η συμμετοχή δεν γίνεται με τη συμπλήρωση κάποιων φόρμας εγγραφής στην πλατφόρμα, αλλά απλώς... χακάροντας την ιστοσελίδα. Όσοι χρήστες καταφέρουν να χακάρουν το «εργαστήριο» προσομοίωσης, παίρνουν πόντους και ανεβαίνουν στην κατάταξη. Έτσι, η θέση κατάταξης θεωρείται ταυτόχρονα βεβαίωση παρακολούθησης προγράμματος εκπαίδευσης και πιστοποιητικό αριστείας, το οποίο αναγνωρίζουν πολλές επιχειρήσεις. Συνολικά

περισσότερα από 400 «εργαστήρια» προσομοίωσης για χακάρισμα είναι διαθέσιμα στα μέλη της πλατφόρμας και συνεχώς ανανεώνονται.

Παρόμοιες υπηρεσίες παρέχονται παράλληλα σε περισσότερες από 800 επιχειρήσεις, φορείς και οργανισμούς, όπως 500 πανεπιστήμια σε όλο τον κόσμο.

Επιπλέον, από τα μέσα Οκτωβρίου, η **Hack The Box** προσφέρει νέες πρωτότυπες εμπειρίες βασισμένες στο gamification της εκμάθησης: τα Hacking Battlegrounds. Δηλαδή, real-time multiplayer hacking games που βασίζονται σε «μάχες» διάρκειας μιας ώρας.

Παράλληλα, καλύπτοντας το τεράστιο ενδιαφέρον από τη διεθνή κοινότητα της πλατφόρμας, από τα μέσα Νοεμβρίου ξεκίνησε και η λειτουργία της **Ακαδημίας Hack The Box («HTB Academy»)**, ενός νέου δυναμικού project. Σε αυτήν τη φάση 30 online cybersecurity μαθήματα είναι διαθέσιμα για κάθε επίπεδο, από αρχάριους μέχρι επαγγελματίες στο χώρο της κυβερνοασφάλειας, αλλά σταδιακά θα προστεθούν δεκάδες νέα μαθήματα για κάθε επίπεδο. Η εγγραφή είναι δωρεάν, μαζί με 30 cubes, για να ξεκλειδώσουν τα πρώτα modules.

Με μία νέα σύγχρονη και πρωτοποριακή φιλοσοφία, η **Hack The Box** καλύπτει όλο το φάσμα των αναγκών της αγοράς από την απόκτηση βασικών γνώσεων και τη βελτίωση ικανοτήτων με τα «εργαστήρια» προσομοίωσης (Hacking Labs) μέχρι την εξειδικευμένη εκπαίδευση, που παρέχει μέσα από την **«Ακαδημία Hack The Box»**.

Μπορείτε να δείτε όλες τις ανοιχτές θέσεις εργασίας στη hack the Box στο: <https://www.hackthebox.eu/careers>.

8 JOB OPENINGS

- Account Executive
- Frontend Developer
- Backend Engineer
- Community Moderator
- Product Analyst/BI Engineer
- Strategic Account Executive
- Product Owner
- Open-Source Product Marketing Manager



ACCENTURE

ΟΙ «ΨΗΦΙΑΚΟΙ ΕΓΚΛΗΜΑΤΙΕΣ» ΕΞΟΠΛΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΝΕΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΝΑΝΤΙΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Εξειδικευμένοι εγκληματίες και συμμορίες Ransomware σε όλον τον κόσμο αναπτύσσουν ένα «οπλοστάσιο» νέων εργαλείων ανοικτού λογισμικού, εκμεταλλεύονται εταιρικά συστήματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και χρησιμοποιούν διαδικτυακούς εκβιασμούς για να τρομάζουν τα θύματά τους και να ζητήσουν λύτρα, σύμφωνα με τη μελέτη της Accenture **2020 Cyber Threatscape Report**.

Καθ' όλη τη διάρκεια του 2020, ύποπτες, κρατικά υποστηριζόμενες οργανώσεις και εγκληματικές ομάδες καταγράφθηκαν να χρησιμοποιούν έναν συνδυασμό έτοιμων μηχανισμών και εργαλείων ελέγχου διείσδυσης ανοικτού κώδικα σε πρωτοφανή κλίμακα για να διεξάγουν κυβερνοεπιθέσεις και να αποκρύπτουν τα ίχνη τους.

Για παράδειγμα, η ομάδα SOURFACE (επίσης γνωστή ως Chafer ή Remix Kitten), με έδρα το Ιράν, καταγράφηκε να χρησιμοποιεί **νόμιμες λειτουργίες των Windows και ελεύθερα διαθέσιμα εργαλεία** όπως το Mimikatz για την αντιγραφή πιστοποιητικών (credentials). Αυτή η τεχνική χρησιμοποιείται για την κλοπή πιστοποιητικών ελέγχου ταυτότητας χρήστη, ώστε να επιτρέπεται στους εισβολείς να μετακινούνται στο δίκτυο για να θέσουν σε κίνδυνο άλλα συστήματα και λογαριασμούς, «μεταμφιεσμένοι» σε έγκυρους χρήστες.

Μια άλλη ομάδα απατεώνων από τη Ρωσία, αναφέρει η μελέτη, έχει παρατηρηθεί ότι στοχεύει επιθετικά σε **συστήματα που υποστηρίζουν το Microsoft Exchange και το Outlook Web Access**, και στη συνέχεια χρησιμοποιεί αυτά τα παραβιασμένα συστήματα ως βάση για να εισβάλει στο περιβάλλον του θύματος με στόχο να αποκρύψει την κυκλοφορία, τις εντολές αναμετάδοσης, να παραβιάσει το email, να κλέψει δεδομένα και να συλλέξει πιστοποιητικά για κατασκοπεία.

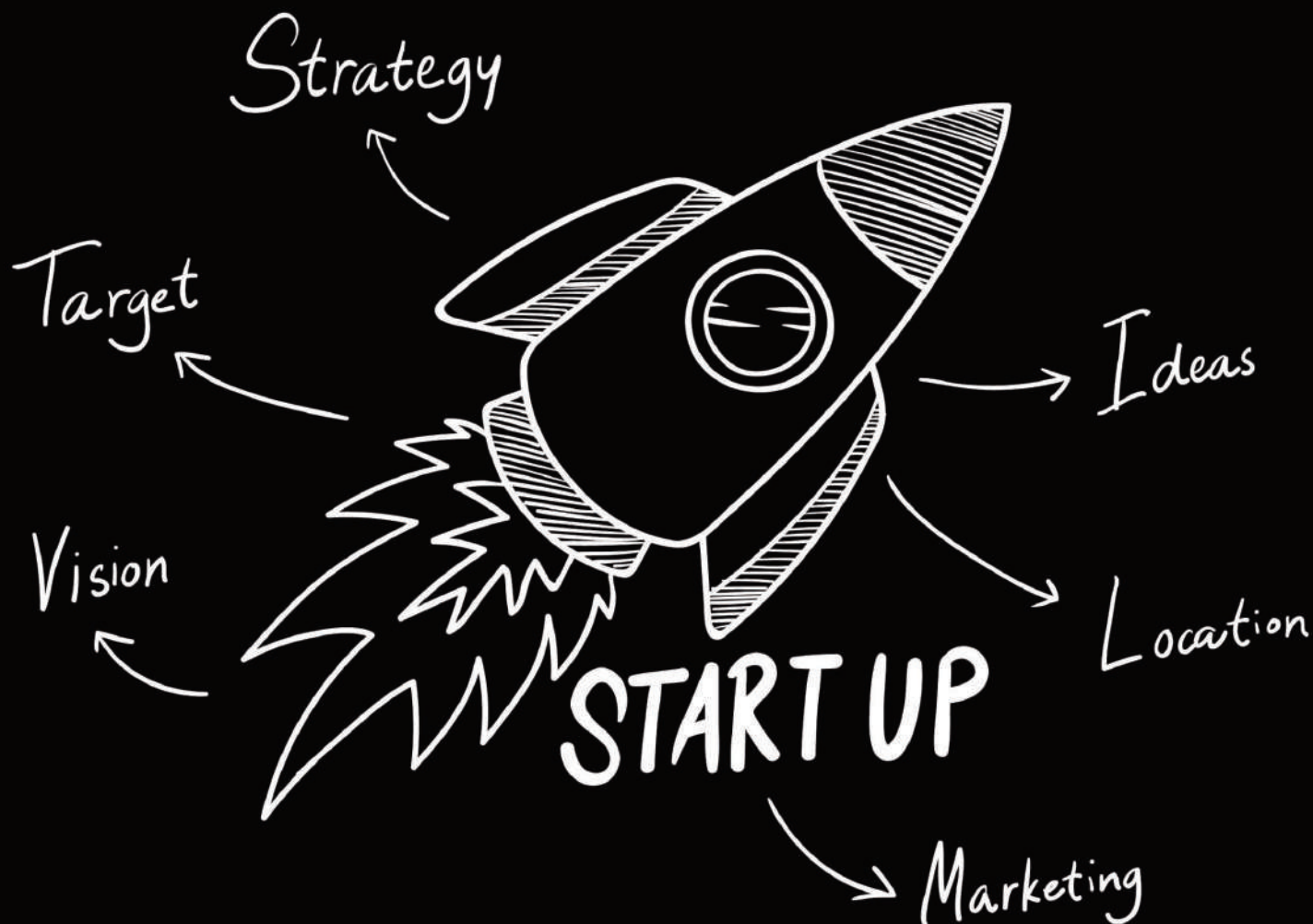
Την ίδια ώρα, το **Ransomware** εξελίσσεται γρήγορα σε ένα εξαιρετικά επικερδές επιχειρηματικό μοντέλο, με τους εγκληματίες του κυβερνοχώρου να «αναβαθμίζουν» τους διαδικτυακούς εκβιασμούς τους, απειλώντας τα θύματά τους με τη δημοσιοποίηση των κλεμμένων δεδομένων τους ή την πώληση των δεδομένων τους και τη δημοσιοποίηση των ονομάτων τους. Νωρίτερα φέτος, εμφανίστηκε και το περίφημο **LockBit Ransomware**, το οποίο έχει κερδίσει την προσοχή λόγω της ικανότητας αυτο-διάδοσής του, μολύνοντας έτσι γρήγορα άλλους υπολογιστές που βρίσκονται στο εταιρικό δίκτυο.



Η επιτυχία αυτών των μεθόδων εκβιασμού, ειδικά ενάντια σε μεγαλύτερους οργανισμούς, σημαίνει ότι πιθανότατα θα πολλαπλασιαστούν για το υπόλοιπο του 2020, αλλά και το 2021. Σύμφωνα με τη μελέτη, οι απατεώνες του κυβερνοχώρου είναι πολύ πιθανό να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν έτοιμα εργαλεία και εργαλεία ελέγχου διείσδυσης για το άμεσο μέλλον, καθώς είναι εύχρηστα, αποτελεσματικά και οικονομικά.

Διαβάστε την πλήρη μελέτη στον παρακάτω σύνδεσμο: <https://www.accenture.com/gr-en/insights/security/cyber-threatscape-report>

STARTUPPER.gr



ΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ
ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ,
ΑΝΑΚΑΛΥΨΤΕ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Το Νο1 ενημερωτικό site του ελληνικού Startup οικοσυστήματος

ΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΟΥ ΑΥΡΙΟ, ΣΗΜΕΡΑ!

Millennials, GenZ και πανδημία έχουν φέρει τα πάνω κάτω στο λιανικό εμπόριο και όποιος δεν προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα θα μείνει στην άκρη. Σε κάθε περίπτωση, ο ψηφιακός μετασχηματισμός της λιανικής βασίζεται τόσο στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών, όσο και στη σύγχρονη λειτουργία των επιχειρήσεων, ειδικά σε τομείς όπως η εμπειρία του προϊόντος και η υποστήριξη, η εφοδιαστική αλυσίδα και οι παραδόσεις των προϊόντων, και όχι απαραίτητα στις χαμηλές τιμές.

Του Γιώργου Κουρκουτά



Μέχρι σήμερα οι καταναλωτές είχαν μάθει να ψωνίζουν από το ράφι ενός φυσικού καταστήματος, το οποίο επισκέπτονταν οι ίδιοι έπειτα από περιορισμένη έρευνα αγοράς. Ύστερα εμφανίστηκε το Amazon και το ηλεκτρονικό εμπόριο έγινε πραγματικότητα, με τους καταναλωτές να ανταποκρίνονται με προθυμία στην ευκολία που τους έδινε το νέο αυτό ψηφιακό μέσο. Στη συνέχεια, τα πρώτα ηλεκτρονικά καταστήματα έκαναν την εμφάνισή τους στην Ελλάδα, με τους καταναλωτές να εξερευνούν τις δυνατότητες του Internet.

Χρειάστηκε η δημιουργία των πρώτων marketplaces από το Skroutz και το BestPrice αρχικά και από το Public στη συνέχεια για να καταλάβει ο κόσμος πως ένα ηλεκτρονικό κατάστημα δεν είναι απλώς ένας ηλεκτρονικός κατάλογος ή η αντιγραφή του φυσικού καταστήματος. Ο καταναλωτής μπορεί να συγκρίνει μέσα σε λίγα λεπτά τιμές από δεκάδες καταστήματα, να βλέπει ιστορικά τιμών και να επιλέξει ανάμεσα σε χιλιάδες προϊόντα καθώς και να διαβάσει εκατοντάδες κριτικές για προϊόντα και καταστήματα.

Η άνοδος των ηλεκτρονικών καταστημάτων, η ενσωμάτωση της τεχνολογίας, η τεράστια αύξηση της χρήσης των κινητών συσκευών έφτασαν να απειλούν και, τέλος, να κυριαρχούν στις παραδοσιακές μορφές εμπορίου. Οι πελάτες μεταφέρθηκαν στο διαδίκτυο και οι ηλεκτρονικές αγορές έγιναν αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης εποχής.

Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ONLINE ΚΑΙ ΤΟΥ OFFLINE ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Με «όπλο» τις αναδυόμενες τεχνολογίες, η λιανική βρίσκει νέους τρόπους να αυξήσει τα έσοδά της και ταυτόχρονα να ικανοποιήσει τις ολοένα αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός στη λιανική δίνει τη δυνατότητα να αλλάξει το επιχειρηματικό μοντέλο μπροστά και πίσω από τον πάγκο, καθώς εμπλέκεται από τον τρόπο που ψωνίζουν οι πελάτες σε ένα φυσικό ή ηλεκτρονικό κατάστημα, τον τρόπο που πληρώνουν για αυτήν τη συναλλαγή, μέχρι ακόμα και τον τρόπο που το κατάστημα ελέγχει την αποθήκη και τα αποθέματά του.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποκάλυψε επίσης και μια «ψευδαίσθηση» του σύγχρονου λιανικού εμπορίου. Με την άνοδο της τεχνολογίας, όλο και περισσότερα καταστήματα γίνονται ψηφιακά και το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει γίνει ο αδιαμφισβήτητος «βασιλιάς» των πωλήσεων. Η εικόνα αυτή όμως είναι λανθασμένη, γιατί στη βάση τους να υιοθετήσουν την τελευταία μόδα της τεχνολογίας, εταιρείες και καταναλωτές ξέχασαν τον «παράγοντα-κλειδί» του εμπορίου: την ανθρώπινη επαφή. Όσο οι αγορές γίνονται ηλεκτρονικές, τόσο οι καταναλωτές αισθάνονται αποξενωμένοι από την αγορά. Για παράδειγμα, η Amazon, που δημιούργησε την ηλεκτρονική αγορά, έχει αρχίσει να ανοίγει φυσικά καταστήματα, καθώς οι καταναλωτές χρειάζονται κάτι παραπάνω από μερικές εικόνες σε οθόνη. Γι' αυτό ακόμη και σήμερα, εκατομμύρια κόσμος κάνει έρευνα αγοράς online και καταλήγει στο φυσικό κατάστημα για να ολοκληρώσει την αγορά και να έρθει σε επαφή με το προϊόν. Παράλληλα οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις λιανικής που δεν έχουν τη δυνατότητα να πουλήσουν online είναι εκατομμύρια, οπότε η σύνδεση με μια

online υποδομή που θα προσφέρει τα πάντα «με το κλειδί» στο χέρι είναι αναγκαία.

Έτσι «ανακαλύφθηκε» η ανάγκη για ένα μείγμα λιανικής, το οποίο να παντρεύει την επαφή του φυσικού καταστήματος με την ευκολία του ηλεκτρονικού. Τα νέα αυτά καταστήματα πίσω από τον πάγκο χρησιμοποιούν προηγμένες τεχνολογίες αλλά και πολλά κανάλια επικοινωνίας τόσο για πωλήσεις και για την εξυπηρέτηση του καταναλωτή (Omnichannel), φέρνοντάς του έτσι την ψηφιακή εμπειρία σε έναν φυσικό κόσμο, όσο και για την ευκολότερη διαχείριση των πληροφοριών που δημιουργεί αυτή η εμπειρία.

ΟΡΙΣΜΕΝΑ ΝΟΥΜΕΡΑ

Από τα 52 δισ. τζίρο στο ελληνικό λιανικό εμπόριο το 2019, τα 8 έγιναν μέσω e-shops, ενώ το 2020 ο τζίρος του e-commerce αναμένεται να φτάσει τα 10 δισ. Η Ελλάδα βρίσκεται στην έβδομη θέση της Ευρώπης στην αύξηση τζίρου στο e-commerce με 25% το 2019, αλλά μπροστά της έχει τη Βουλγαρία και τη Ρουμανία, με 30% αλλά με το μισό σχεδόν τζίρο σε ευρώ.

Το 51% των καταναλωτών έχει ψωνίσει online σε περίπου 7.000 ελληνικά e-shops, ενώ στη Βουλγαρία το 29%, στη Γερμανία το 84% και στο Ηνωμένο Βασίλειο το 91%. Ειδικά στο Ηνωμένο Βασίλειο το e-AEP βρίσκεται στο εντυπωσιακό 7,9%, σύμφωνα με στοιχεία του Euromonitor και της RetailX.

Τα online σούπερ μάρκετ και η ευρύτερη αγορά από 46,7 εκατομμύρια ευρώ το 2019 αναμένεται να φτάσει τα 56,3 εκατομμύρια το 2020 με τεράστια αύξηση το τρίτο τρίμηνο του 2020 λόγω πανδημίας. Βέβαια ακόμα είναι ένα κλάσμα απέναντι στα 9 δισ. ευρώ που ξοδεύουμε κάθε χρόνο στα σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία της Convert Group.

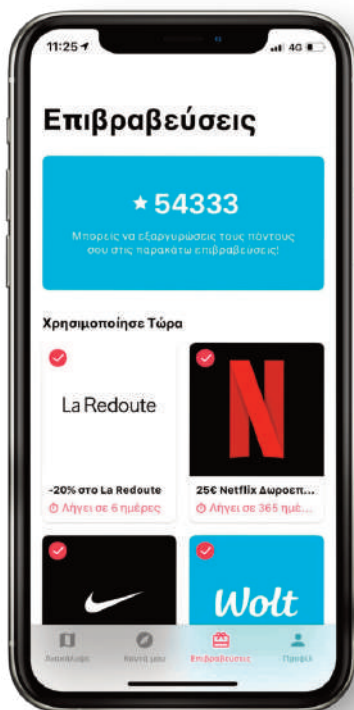
Περίπου 1,5 δισ. είναι ο τζίρος της αγοράς delivery στην Ελλάδα, με τα 500 εκατομμύρια να αφορούν το online delivery φαγητού με app, σύμφωνα με στοιχεία του ELTRUN, δείχνοντας ότι η ελληνική ψηφιακή λιανική αγορά έχει πολλά περιθώρια ανάπτυξης και πολλές ευκαιρίες.

ΠΑΡΑΔΟΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ: ΑΠΟ ΑΠΕΙΛΕΣ... ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Στο πρώτο lockdown είδαμε τα online σούπερ μάρκετ κυρίως στην Ελλάδα, αλλά και σε πιο ώριμες χώρες, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, να «κατεβάζουν ρολά» με παραδόσεις 10 και 20 ημερών, αλλά τεράστιους χρόνους αναμονής στις παραδόσεις γενικά από τα κούριερ. Και ενώ είχαμε τουλάχιστον έξι μήνες να προετοιμαστούμε, στο δεύτερο lockdown είδαμε μεγάλα e-shops να σταματάνε να δέχονται παραγγελίες λόγω μαζικών παραγγελιών και οι παραδόσεις από κούριερ να πηγαίνουν πάλι σε επίπεδο εβδομάδας, γεγονός απαράδεκτο. Ωστόσο, από την άλλη μια τεράστια ευκαιρία βρίσκεται μπροστά σε όσους επιθυμούν να εισέλθουν στο χώρο των παραδόσεων με σοβαρότητα και όραμα.



Το λιανικό εμπόριο είναι ο κεντρικός άξονας πάνω στον οποίο η οικονομία συνδέει τις επιθυμίες των καταναλωτών με τα προϊόντα των εταιρειών. Είναι ο τομέας που ικανοποιεί την προσφορά και τη ζήτηση και καθημερινά δημιουργεί καινούργιες ανάγκες και ευκαιρίες.



Δεν χρειάζεται να είναι ειδικός κανείς για να αντιληφθεί ότι όσες επενδύσεις γίνονται στο software του e-shop, στο περιβάλλον εργασίας, ακόμα και στις προβληματίστες πληρωμές, αν αποτύχει η παράδοση των προϊόντων ή αν δεν εξασφαλιστεί η διαθεσιμότητα των προϊόντων προς πώληση, τότε η αποτυχία είναι γενική παράγοντας δυσχεστευμένους πελάτες, «προδομένους» από το ηλεκτρονικό εμπόριο. Γι' αυτόν το λόγο βλέπουμε τον έναν μετά τον άλλον μεγάλους λιανέμπορους στην Ελλάδα να ανακοινώνουν μεγάλες επενδύσεις σε όλο το μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας και φυσικά τις παραδόσεις και Startups ταχυμεταφορών, όπως η **Svoom** να προσφέρουν ταχύτατες παραδόσεις προϊόντων στα e-shops.

ΟΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟ RETAIL ΣΗΜΕΡΑ

QR CODES

Μέσω της συγκεκριμένης τεχνολογίας, κάθε κατάστημα μπορεί να προωθήσει τα προϊόντα του, ή συγκεκριμένο περιεχόμενο πίσω από αυτά, ενισχύοντας την αλληλεπίδραση του πελάτη με το brand του. Στην περίπτωση των τροφίμων, για παράδειγμα, σαρώνοντας ένα QR με την κάμερα του Smartphone, ο πελάτης μπορεί να ενημερωθεί για τα συστατικά, τον τρόπο και τον τόπο παραγωγής ή ακόμα και για συνταγές παρασκευής του συγκεκριμένου προϊόντος.

SOCIAL SALES

Τα social media μπορούν να αποτελέσουν το απόλυτο εργαλείο πωλήσεων στον τομέα της λιανικής, εφόσον η επιχείρηση ξέρει πώς να τα εκμεταλλευτεί. Το Facebook, για παράδειγμα, διαθέτει το Marketplace, το οποίο απευθύνεται τόσο σε ιδιώτες όσο και σε επιχειρήσεις, ενώ δίνει σε οποιοδήποτε κατάστημα τη δυνατότητα να κάνει πωλήσεις και μέσω της σελίδας του στην πλατφόρμα. Το ίδιο ισχύει και για το Instagram, στο οποίο μπορεί ένα κατάστημα να προβάλει και να διαφημίσει τα προϊόντα του και φυσικά να λάβει παραγγελίες, αλλά και για το Pinterest και για το TikTok στο μέλλον.

CHATBOTS

Τα chatbots είναι παντού. Είναι στο Messenger, στο Viber, στις ιστοσελίδες εταιρειών αλλά και σε όποιο άλλο ψηφιακό μέσο εκπροσωπείται ένας οργανισμός. Είναι ο αυτόματος αυτός «βοηθός», που με τη συμβολή της τεχνητής νοημοσύνης απαντά σε βασικά ερωτήματα του πελάτη σχετικά με την επιχείρηση και τα προϊόντα της. Τα chatbots βελτιώνουν δραστικά τη σχέση καταστήματος - πελάτη, μειώνοντας σημαντικά το χρόνο εξυπηρέτησης. Λειτουργούν 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα και συγχρόνως μειώνουν το κόστος για μια επιχείρηση, αφού απελευθερώνουν ανθρώπινους πόρους. Συνεπώς, ο πελάτης κερδίζει σε ευκολία και σε χρόνο, λαμβάνοντας άμεσα τις απαντήσεις που χρειάζεται.

ΑΥΤΟΜΑΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Έγιναν γνωστά από την Amazon και τα καταστήματα Amazon Go και στη συνέχεια υιοθετήθηκαν και από άλλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ παγκοσμίως, όπως τα Albert Heijn και τα Walmart. Ο λόγος για τα αυτόματα ταμεία που αναμένεται να αλλάξουν σε μεγάλο βαθμό τη λιανική. Πώς λειτουργούν; Ο πελάτης μπαίνει στο κατάστημα και, καθώς ψωνίζει, κάμερες καταγράφουν τις κινήσεις του, ενώ αισθητήρες τοποθετημένοι στα ράφια αντιλαμβάνονται πότε ένα αντικείμενο μετακινείται ή επιστρέφεται. Στο τέλος, όσα έχει αγοράσει μεταφέρονται σε ένα «εικονικό καλάθι» και τα χρήματα αφαιρούνται από την κάρτα του, τα στοιχεία της οποίας έχει δώσει εκ των προτέρων, μέσω αντίστοιχης εφαρμογής.

ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ

Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι αυτό των μη ολοκληρωμένων πωλήσεων. Πολλοί καταναλωτές, επηρεασμένοι από



την ευκολία των ηλεκτρονικών αγορών, γεμίζουν ψηφιακά καλάθια τα οποία μετά ξεκνάνε ή τα παρατάνε. Τα αντικείμενα που μένουν στα αζήτητα καλάθια δεν περνάνε στο σύστημα ούτε ως πουλημένα, ούτε ως διαθέσιμα. Χρειάζεται να χρησιμοποιηθεί κάποιος υπάλληλος, ο οποίος θα χάσει άπειρες ώρες να ελέγχει κάθε καλάθι ξεχωριστά και να τοποθετεί τα προϊόντα ξανά στα ράφια της αποθήκης. Τη δουλειά αυτή την κάνουν πια ειδικά προγράμματα τεχνητής νοημοσύνης, τα οποία ελέγχουν τα αδιάθετα προϊόντα, τα «καθαρίζουν» από το σύστημα και δίνουν την ευκαιρία στους υπαλλήλους να ασχολούνται με πιο δημιουργικές και κερδοφόρες για την επιχείρηση ασχολίες.

Παράλληλα, η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να ενημερώνονται για τους πελάτες τους, ώστε να τους παρέχουν έτσι εξατομικευμένες εμπειρίες. Οι πελάτες επιθυμούν τα brands να δείχνουν ενδιαφέρον για αυτούς ανά πάσα στιγμή, τόσο online όσο και offline. Η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να συγκεντρώσει πληροφορίες σχετικά με τους επισκέπτες του e-shop και στη συνέχεια να προσαρμόσει το site στις επιθυμίες και τις ανάγκες τους.

Τέλος, μπορεί να προσφέρει βελτιστοποιημένη τιμολόγηση προϊόντων, προβλέψεις για τη ζήτηση, αν για παράδειγμα προβλέπεται εβδομάδα κακοκαιρίας, θα δοθεί έκπτωση στις πωλήσεις online και όχι στα φυσικά καταστήματα, ή να προγραμματίσει ανάλογες προμήθειες και να κάνει εξατομικευμένες προτάσεις.

ΜΕΡΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ RETAILTECH

Mango: Από το 2017, η αλυσίδα πώλησης ρούχων Mango διατηρεί ένα κατάστημα στη Λισαβόνα, το οποίο, μεταξύ

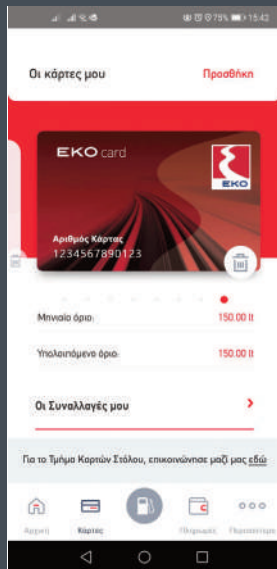
άλλων, περιλαμβάνει «έξυπνα δοκιμαστήρια». Στα δοκιμαστήρια αυτά υπάρχει ένας διασυνδεδεμένος καθρέφτης, ο οποίος επιτρέπει στον πελάτη να σαρώσει τις ετικέτες των ρούχων που επέλεξε και να δει προϊόντα που ολοκληρώνουν το ντύσιμο, καθώς και να επικοινωνήσει με τους υπαλλήλους του καταστήματος για να ζητήσει ένα διαφορετικό νούμερο ή χρώμα. Εκείνοι ειδοποιούνται άμεσα μέσω ενός «έξυπνου» ρολογιού. Τα «έξυπνα» δοκιμαστήρια υλοποιήθηκαν από τη Vodafone και την ειδική σε έξυπνα συστήματα εταιρεία Jogo-Tech.

Intersport: Για να λύσει το γρίφο για το ποιο παπούτσι ταιριάζει καλύτερα στο πόδι κάθε πελάτη έχει εγκαταστήσει στα καταστήματά του τη συσκευή FootScan, η οποία σκανάρει το πέλμα μας και πραγματοποιεί εξατομικευμένες προτάσεις σε παπούτσια λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες του πελάτη και άλλα δεδομένα.

Maybelline: Μόλις λίγους μήνες πριν, αναγνωρίζοντας την ανάγκη για «εικονικές δοκιμές» που προέκυψε κατά την πανδημία, η Maybelline New York λάνσασε ένα νέο εργαλείο Virtual Try On. «Μπαίνοντας» κανείς στην ιστοσελίδα www.maybelline.gr, μπορεί να εντοπίσει τη συγκεκριμένη επιλογή, να ανεβάσει μια φωτογραφία του και να αρχίσει να δοκιμάζει τα καλλυντικά της εταιρείας, τα οποία είναι ταξινομημένα ανά κατηγορία για μια καλύτερη εμπειρία. Ολοκληρώνοντας τη δοκιμή, ο χρήστης μπορεί φυσικά να αγοράσει όποιο από τα προϊόντα του άρεσε περισσότερο.

Η **Κωτσόβολος** συνεργάστηκε με την ελληνική Startup Yodiwo για μια πλατφόρμα Visual Merchandising, που συντονίζει και ευθυγραμμίζει τα τμήματα της εταιρείας μέσω

WARPLY: ΤΟ LOYALTY ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΕΠΟΧΗΣ



Η Warply είναι μια ελληνική τεχνολογική Startup και μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες σε παγκόσμιο επίπεδο μάλιστα στις υπηρεσίες πιστότητας πελατών, προσφέροντας ολοκληρωμένα προϊόντα και υπηρεσίες για το ψηφιακό λιανεμπόριο συμπεριλαμβανομένων πληρωμών και την πρόσδεση των πελατών στο εκάστοτε Brand. Στην Ελλάδα έχει πελάτες τις εταιρείες Γερμανός, Praktiker, EKO, Eurobank Epistrofi, Anytime Ασφαλιστική, go4more της Εθνικής Τράπεζας, LG Hellas, Frezyderm, Pernod Ricard κ.α. με μεγάλη δραστηριότητα στη Μέση Ανατολή αλλά και στον τραπεζικό χώρο στις Η.Π.Α. Χρησιμοποιεί AI σε μεγάλα δεδομένα για εξατομικευμένες υπηρεσίες σε πελάτες, για παράδειγμα το **EKO App** το οποίο προσφέρει συλλογή και εξαργύρωση πόντων με τον χρήστη να σκανάρει τις αποδείξεις καυσίμων, ψηφιακό πορτοφόλι με ανέπαφες πληρωμές με τις κάρτες του και online παραγγελίες καυσίμων. Η Warply είναι συνεργάτης της Mastercard έχοντας αναπτύξει ένα καινοτομικό ηλεκτρολόγιο για Smartphones με δυνατότητα πραγματοποίησης πληρωμών. Τελος, έχει αναπτύξει το e-katanalotis.gov.gr για online παρακολούθηση τιμών στα σουπερ μάρκετ και πρατήρια καυσίμων.

PUBLIC: ΡΑΓΔΑΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ MARKETPLACE ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΑΙΧΜΗΣ

Το Public Media Markt λίγο πριν από την ελληνική Black-Friday, την οποία και ξεκίνησε στη χώρα μας, ανακοίνωσε ότι είναι διαθέσιμα στο e-shop του **2.500.000 προϊόντα από 2.000 συνεργαζόμενα καταστήματα**, καταδεικνύοντας για ακόμα μία φορά την επιτυχία των marketplaces και τη σωστή προσέγγιση της συγκεκριμένης αγοράς από το 2018 που ξεκίνησε. Ο βασικός λόγος της επιτυχίας είναι ότι υπάρχει προμήθεια μόνο στην περίπτωση πώλησης και όχι με το κλικ στο site του e-shop, μια συνηθισμένη τακτική στον ανταγωνισμό.

Με την εξαγορά της MediaMarkt και το marketplace που λειτουργεί στο Public.gr έχει δημιουργήσει ένα επιτυχημένο παράδειγμα omnichannel retailer, το μεγαλύτερο στην ελληνική αγορά, με το 20% των εσόδων του να προέρχεται από τα ψηφιακά κανάλια, ένα από τα μεγαλύτερα ποσοστά στην Ελλάδα σήμερα.

Η εταιρεία επενδύει τόσο σε νέες τεχνολογίες όσο και σε ιδέες που προέρχονται από τα στελέχη της. Συγκεκριμένα, έχει συνεργαστεί με ευρωπαϊκές Startups για βελτιστοποιημένη απόδοση του e-shop, ειδικά στις αναζητήσεις, ενώ θα αυξηθούν οι επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες για καλύτερη εμπειρία του e-shop.

Το «**Public-My Idea**» είναι μια πλατφόρμα εσωτερικής καινοτομίας, η οποία αναπτύχθηκε το 2018. Πρόκειται για ένα πρωτοποριακό online εργαλείο, που επιτρέπει στην

εταιρεία να ακούει τη φωνή όλων των εργαζομένων, όπου και αν αυτοί εργάζονται. Η πλατφόρμα διευκολύνει την κατάθεση ιδεών εσωτερικά, ανεξαρτήτως ρόλου και ιεραρχίας, και την αξιοποίησή τους από τον οργανισμό. Το 2019 κατατέθηκαν 120 ιδέες και οι 5 που προκρίθηκαν βρίσκονται ήδη σε φάση υλοποίησης. Η συγκεκριμένη πρωτοβουλία ήταν και ο λόγος που το Public βρέθηκε στους φιναλίστ των World Retail Wards, ενός διεθνούς θεσμού που επιβραβεύει τις βέλτιστες πρακτικές στο λιανεμπόριο παγκοσμίως.

Τέλος, η Public Media Markt έχει εντάξει στο επενδυτικό πλάνο για τη διετία 2020-2021 ένα νέο κέντρο logistics, μια επένδυση ύψους 5 εκατ. ευρώ, με στόχο την ακόμα καλύτερη υποστήριξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και του αναπτυσσόμενου marketplace.





cloud, εξοικονομώντας πόρους και χρόνο, ενώ ταυτόχρονα διασφαλίζει την άριστη εικόνα και την εμπορική ετοιμότητα των καταστημάτων, μέσω της παρακολούθησης των αποθεμάτων σε πραγματικό χρόνο.

Boxy: Παντοπωλείο σε container χωρίς ταμίες!

Η γαλλική Startup Storelift αναπτύσσει παντοπωλεία σε container, τα οποία κάνουν εκτεταμένη χρήση ασύρματων τεχνολογιών και υπολογιστικής όρασης και προσφέρουν αυτόματο έλεγχο και χρέωση των πελατών καθώς βγαίνουν από το κατάστημα. Η Storelift έχει αναπτύξει δύο καταστήματα Boxy στο Παρίσι.

Η **Bespot.me** είναι μια ελληνική Startup η οποία χρησιμοποιεί Smartphones, beacons στα καταστήματα και ένα ενδιαφέρον «κυνήγι θησαυρού» στο Smartphone του χρήστη για να ξεκλειδώσει επιβραβεύσεις από χιλιάδες καταστήματα.

Η **Sephora** επενδύει σημαντικά στις τεχνολογίες και ειδικά σε αυτές που προέρχονται από Startups. Έχει αναπτύξει εικονικά δοκιμαστήρια προϊόντων ομορφιάς στο app της στα Smartphones αλλά και παρόμοια συστήματα στα φυσικά καταστήματα, τα οποία «μιλάνε» με το app.

E-SHOPPING ΧΩΡΙΣ... E-SHOP

Σήμερα οι επιλογές που έχει ένας έμπορος για πρόσβαση στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πολλές και δεν περιορίζονται στη δημιουργία ενός e-shop. Μπορεί το ηλεκτρονικό κατάστημα να είναι η συνήθης και βασική επιλογή, αλλά παράλληλα φέρει μαζί του μεγάλες επενδύσεις, όπως η ανάπτυξή του, το προσωπικό που θα το υποστηρίξει, το marketing, οι πληρωμές, το GDPR και φυσικά τα logistics, τα οποία σε περιπτώσεις όπως η ένδυση και η υπόδυση έχουν μεγάλο ποσοστό επιστροφών, και κάνουν τη διαχείρισή τους να είναι ένα τεράστιο «project» για κάθε έμπορο, ενώ για πολλούς μετατρέπεται σε «εφιάλτη» με δυσχερή πελάτες. Για τους παραπάνω λόγους και όχι μόνο, τα marketplaces ανθούν όπως και οι υπηρεσίες eshop as a Service.

Η επιτυχία των marketplaces είναι δεδομένη, μια και πάνω από το 50% του παγκόσμιου ηλεκτρονικού εμπορίου πραγματοποιείται μέσω αυτών!

Το **Skroutz.gr** λάνσαρε πρόσφατα μια υπηρεσία για εμπόρους που δεν έχουν e-shop. Ακόμη, το marketplace του **Public.gr** έχει τεράστια ανάπτυξη με πάνω από 2.000 καταστήματα! Η Skroutz μάλιστα για να προωθήσει ακόμα περισσότερο τις άμεσες αγορές μέσω του καλαθιού του (και τη μετατροπή του σε ένα τεράστιο e-shop με επιλεγμένους συνεργάτες) προσφέρει δωρεάν επιστροφές στις αγορές παπουτσιών σαν προσφορά. Η προσφορά δωρεάν επιστροφής παπουτσιών αλλά και ρούχων γενικά είναι μία από τις διαδεδομένες τακτικές ηλεκτρονικών καταστημάτων και ο λόγος που το ηλεκτρονικό υποδηματοπωλείο **Zappos.com** μεγαλούργησε και εξαγοράστηκε από την Amazon το 2009.

Φυσικά υπάρχουν τα παγκόσμια marketplaces της **Amazon**, του

ebay, του **Wish** στα Smartphones, αλλά και άλλα καθιερωμένα, όπως το **Etsy.com**, που είναι άμεσα και έμμεσα προσβάσιμα στους Έλληνες εμπόρους με στόχο το παγκόσμιο κοινό.

Δημιουργία e-shop και ολοκληρωμένες υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου μέσα από τον πλοηγό, με πολλά εργαλεία υποστήριξης, marketing, δημιουργίας logo κ.λπ. με μηνιαία συνδρομή και αποδοχή πληρωμών για Έλληνες εμπόρους προσφέρει το **Papaki.gr** και το **Smoolis.com** με ελληνική υποστήριξη μάλιστα. Θα εξετάσουμε όλες αυτές τις υπηρεσίες σε επόμενο αφιέρωμα.

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ DELIVERY: ΑΠΟ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ ΣΤΟ «ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟ»

Τα apps παραγγελίας και παράδοσης φαγητού, εξ ανάγκης αρχικά λόγω της πανδημίας και για να αυξήσουν το πελατολόγιό τους στη συνέχεια, μπήκαν στο ηλεκτρονικό λιανεμπόριο, αυξάνοντας ακόμα περισσότερο τον ανταγωνισμό στα marketplaces και μετατρέποντάς τα σε εν δυνάμει άμεσους ανταγωνιστές παραδοσιακών παικτών όπως το Skroutz.

Τα **efood**, **Box**, **Delivery.gr** έχουν μπει δυναμικά στις αγορές προϊόντων σούπερ μάρκετ, αλλά κανένας δεν μπορεί να αποκλείσει την είσοδο και άλλων καταστημάτων - προϊόντων στο μέλλον, ανάλογα με τις δυνατότητες και τη στρατηγική κάθε πλαιοφόρμας. Την τριάδα συμπληρώνει η φινλανδική Startup **Wolt**, η οποία προς το παρόν εστιάζει στις παραδόσεις φαγητού από εστιατόρια σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη με μεγάλη ανάπτυξη και όλο και αυξανόμενο αριθμό εστιατορίων, τα οποία έχουν πληγεί σημαντικά την περίοδο της πανδημίας.

Όλες οι παραπάνω υπηρεσίες delivery προσφέρουν πωλήσεις μέσω apps (μια αυξανόμενη τάση στο ηλεκτρονικό εμπόριο), εκκαθάριση πληρωμών, εξάλειψη στην ουσία αναγκών marketing από τους εμπόρους, παράδοση προϊόντων, εξυπηρέτηση πελατών και όλα αυτά με μια προμήθεια επί των πωλήσεων.

Το **efood** ανήκει στη γερμανική **Delivery Hero**, η οποία επενδύει σε παραδόσεις προϊόντων (οτιδήποτε μπορεί να χωρέσει σε ένα δίκυκλο ή σε ένα μικρό βαν) σε παγκόσμιο επίπεδο. Πρόσφατα μάλιστα εξαγόρασε την ελληνικών συμφερόντων **Instashop** με έδρα τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, η οποία είναι ένα marketplace ειδών σούπερ μάρκετ με γρήγορες παραδόσεις. Εν μέσω πανδημίας ο **Σκλαβενίτης** μπήκε στο efood, όπως και δεκάδες άλλα καταστήματα τροφίμων και ποτών, ενώ εδώ και λίγο καιρό εγκαινίασε το νέο του e-shop με την εξαγορά του **caremarket.gr**. Από τα υπόλοιπα σούπερ μάρκετ, **AB Βασιλόπουλος** και **MyMarket** λειτουργούν e-shops, ενώ το **e-fresh.gr** είναι το πρώτο αμιγώς ψηφιακό σούπερ μάρκετ.

Το **Box της Cosmote** απορρόφησε το **Skroutz Food** και τα καταστήματά του, το οποίο βγήκε από την αγορά του delivery φαγητού εστιάζοντας στις υπηρεσίες marketplace, και ήδη επεκτείνεται σε συνεργασίες με σούπερ μάρκετ, με πρώτες προσθήκες τον **Κρητικό** και τον **Μασούτι**.

Το **Delivery.gr** ανήκει εδώ και λίγο καιρό στον **Όμιλο Μούχαλη**, ένα μεγάλο όνομα στις διανομές ειδών παντοπωλείου και σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα, ο οποίος τρέχει και τις φυσικές αλυσίδες καταστημάτων **Kiosks** και το **ekiosks.gr**. Το Delivery.gr συνεργάζεται με την AB Βασιλόπουλος για παραγγελίες προϊόντων.



WOLT

ΑΝΑΚΑΛΥΨΕ, ΠΑΡΑΓΓΕΙΛΕ, ΑΠΟΛΑΥΣΕ ΤΟ ΑΓΑΠΗΜΕΝΟ ΣΟΥ ΦΑΓΗΤΟ ΣΕ ΛΙΓΑ ΛΕΠΤΑ

Μέσα σε ελάχιστους μήνες από την επίσημη λειτουργία της στην Ελλάδα, η πιο δημοφιλής εφαρμογή αναζήτησης και διανομής φαγητού στην Ευρώπη απέκτησε φανατικό κοινό και στη χώρα μας, χάρη στην ευκολία χρήσης, την τεράστια ποικιλία επιλογών και την ταχύτητα παράδοσης κάθε παραγγελίας.

Του Σωτήρη Γιαννάτου



Η βραβευμένη από την Apple πλατφόρμα online και mobile παραγγελίας φαγητού και αγαπημένη εφαρμογή των foodies, η Wolt, ξεκίνησε από το Ελσίνκι της Φινλανδίας το 2014 ως Startup και ακολούθησε μια εκπληκτική πορεία ανάπτυξης έκτοτε. Έχοντας εμπειρία από την παρουσία της σε 23 χώρες και 100+ πόλεις σε όλο τον κόσμο και αναλαμβάνοντας παραγγελίες από 27.000 εστιατόρια και παραδίδοντας εύκολα, απλά και γρήγορα χάρη στη συνεργασία με 48.000 διανομείς, επέλεξε την Ελλάδα καθώς είναι μια από τις ευρωπαϊκές χώρες που η συνήθεια του delivery υπάρχει έντονα στις συνήθειες

των πολιτών και ήταν μια φυσική επιλογή για τον επόμενο σταθμό της παγκόσμιας ανάπτυξής της.

Παρά τον αμείλικτο ανταγωνισμό από τα παραδοσιακά delivery αλλά και τις εγχώριες εφαρμογές με την πολυετή παρουσία, η Wolt κατάφερε μέσα σε 22 μήνες να δημιουργήσει ένα εκπληκτικό δίκτυο 1.700 εστιατορίων και εκατοντάδων συνεργατών διανομείς, με αποτέλεσμα να καταγράφει κάθε μήνα εντυπωσιακούς ρυθμούς ανάπτυξης και να παραδίδει χιλιάδες παραγγελίες, αποκτώντας ένα φανατικό κοινό (γνωστούς και ως «Wolters») στην Ελλάδα, που έχει αγαπήσει την καινούργια,



Miky Kuusi, CEO Wolt

σύγχρονη και διαφορετική εμπειρία στο food delivery.

Δύο από τα σημεία που έκαναν τη μεγάλη διαφορά στην Ελλάδα είναι η συνολική εμπειρία της πλατφόρμας της Wolt, που είναι εξαιρετική σε όλα τα επίπεδα, και η σούπερ εξυπηρέτηση πελατών, που ανταποκρίνεται σε ελάχιστο χρόνο. Ο μέσος όρος πρώτης απάντησης είναι τα... 40 δευτερόλεπτα!

Γι' αυτό άλλωστε η εφαρμογή της Wolt έχει τις περισσότερες θετικές κριτικές, τα περισσότερα downloads και την υψηλότερη βαθμολογία (4,9 στα 5 στο App Store και 4,8 στα 5 στο Google Play) σε σχέση με κάθε άλλο ανταγωνιστή της στην ελληνική αγορά και έχει γίνει η πλέον δημοφιλής πλατφόρμα στην Ελλάδα μέσα σε λιγότερο από δύο χρόνια.

Δεν είναι άλλωστε τυχαίο ότι τον περασμένο Μάρτιο η Wolt κατέλαβε τη 2η θέση στην επίσημη λίστα των Top 100 ταχύτερα αναπτυσσόμενων εταιρειών της χρονιάς από τους Financial Times.

Η ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ WOLT

Η Wolt κατάφερε να κερδίσει την εμπιστοσύνη των πελατών του online και mobile delivery στην Ελλάδα παρέχοντας μια μοναδική εμπειρία—ακόμα και για τον πλέον απαιτητικό χρήστη—, σύγχρονη και κυρίως εξαιρετική σε όλα τα επίπεδα. Το βασικό «αυστατικό» της επιτυχίας είναι η πρωτοποριακή τεχνολογία της πλατφόρμας της Wolt τόσο για όσους χρήστες επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν εφαρμογή για κινητά, όσο και για όσους επιθυμούν να κάνουν την παραγγελία τους από την οθόνη του υπολογιστή τους (μέσω του wolt.com), είτε βρίσκονται στο σπίτι τους, είτε στο γραφείο τους.

Κι αυτή η τεχνολογία, που κερδίζει κάθε χρήστη από τα πρώτα βήματα για την αναζήτηση μιας παραγγελίας, κρύβεται πίσω από το περιβάλλον της πλατφόρμας, όπως και των εφαρμογών για Android και iOS. Ένα περιβάλλον ξεχωριστό, μοντέρνο και λειτουργικό, αλλά ταυτόχρονα απλό, εύκολο και φιλικό για τον χρήστη.

Οι κατηγορίες της πλατφόρμας συνοδεύονται από φωτογραφίες, ενδείξεις και προτάσεις ή προσφορές, δημιουργώντας έναν καμβά γεύσεων και χρωμάτων. Εξίσου σημαντικό είναι πως κάθε συνεργαζόμενο κατάστημα εστίασης συνοδεύει τις γευστικές επιλογές από το μενού του με φωτογραφίες—αρκετές από top food photographers. Από παραδοσιακή ελληνική μέχρι ινδική και αιθιοπική ή κινέζικη. Μεγάλη ποικιλία και χιλιάδες επιλογές, για να καλύπτεται κάθε γευστική απαίτηση.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΛΗΡΩΜΗ ΚΑΙ ΑΝΕΠΑΦΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ

Μάλιστα από την έναρξη της πανδημίας στην Ελλάδα τον περασμένο Μάρτιο, η Wolt μέσω της εφαρμογής για κινητά τηλέφωνα, tablet και άλλες συσκευές, έδωσε πρώτη τη δυνατότητα σε όλους τους χρήστες να επιλέξουν την ανέπαφη παράδοση. Δηλαδή η παραγγελία να παραδίδεται χωρίς επαφή του διανομέα με τον παραλήπτη, καθώς παραδίδεται στην είσοδο ή την πόρτα του, ενώ ο χρήστης ενημερώνεται άμεσα για την παράδοσή της.

Η ίδια τεχνολογία προσφέρει τη δυνατότητα παρακολούθησης σε πραγματικό χρόνο (live tracking) της παραγγελίας από το εστιατόριο μέχρι τη στιγμή που ο συνεργάτης διανομής χτυπάει το κουδούνι για την ολοκλήρωση της παράδοσης!

Κι όσοι θέλουν να δώσουν... ηλεκτρονικό φιλοδώρημα για την ταχύτητα παράδοσης και την εμπειρία εξυπηρέτησης, μπορούν να το κάνουν με το online tipping, ξέροντας ότι το 100% του ποσού θα αποδοθεί άμεσα στον διανομέα.

ΕΞΩΡΙΣΤΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ, ΜΟΝΑΔΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Η μεγάλη επιτυχία της Wolt στην Ελλάδα βασίστηκε όχι μόνο στην ποιότητα των υπηρεσιών και στη γρήγορη και φιλική εξυπηρέτηση, αλλά και στις ιδιαίτερες συνεργασίες που ανέδειξαν τις αξίες και την ανθρωπο-κεντρική φιλοσοφία της εταιρείας. Το πρώτο σημαντικό επίτευγμα ήταν οι συνεργασίες με εστιατόρια που δεν παρείχαν delivery ή take-away πριν από την άφιξη της Wolt στην Ελλάδα, καθώς ήταν παραδοσιακά ή φημισμένα dine in εστιατόρια της ελληνικής αγοράς. Εξίσου σημαντική ήταν όμως και η εμπιστοσύνη γνωστών Ελλήνων top chef στη Wolt για τη διανομή των πιάτων που είχαν δημιουργήσει προσωπικά (όπως για παράδειγμα, οι Πάνος Ιωαννίδης, Σωτήρης Κοντιζάς, Βασίλης Καλλίδης, Άρνης Βεζενές, Στέλιος Παρλιάρης, Άρνης Πετρετζίκης και Γιάννης Λουκάκος) και είχαν την προσωπική τους σφραγίδα.

Κι αυτές οι συνεργασίες συνετέλεσαν, ώστε η Wolt να γίνει ακόμα γρηγορότερα η πιο δημοφιλής πλατφόρμα φαγητού στην Ελλάδα και να συνεχίζει με τους ίδιους ραγδαίους ρυθμούς να κερδίζει νέους φανατικούς χρήστες... καθημερινά.

EIT RAWMATERIALS

ΕΞΑΣΦΑΛΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗΣ

Το EIT από το 2008 μέχρι σήμερα έχει αναπτύξει μια οικογένεια 8 κοινοτήτων τεχνολογίας, σε όλο το μήκος και πλάτος της Ευρώπης, με καθεμία κοινότητα να απαντά στις προκλήσεις των κλάδων της Ενέργειας, της Υγείας, των Μετακινήσεων, της Κλιματικής Αλλαγής, της Βιομηχανίας, των Ορυκτών Πρώτων Υλών, της Ψηφιακής Οικονομίας και της Διατροφής με ολοκληρωμένο τρόπο εμπλέκοντας όλους τους φορείς εκπαίδευσης, επιχειρηματικότητας και καινοτομίας. Ειδικότερα το EIT RawMaterials έχει τον στρατηγικό ρόλο να διασφαλίσει τις Ευρωπαϊκές αλυσίδες αξίας με απρόσκοπτη πρόσβαση σε ορυκτές πρώτες ύλες.

Του Γιώργου Κουρκουτά



Σύμφωνα με τη McKinsey, υπάρχει μια ανεκμετάλλευτη αγορά της τάξεως των 325 δισ. δολαρίων ανά έτος για την ψηφιακή μετάβαση των εξορύξεων παγκοσμίως! Έναν βασικό τομέα που ασχολείται το EIT RawMaterials. Γι' αυτό, για το πόσο σημαντική είναι η καινοτομία στις ορυκτές πρώτες ύλες στην Ευρώπη αλλά και για τις ευκαιρίες που δημιουργούνται, συνομιλήσαμε με τον **Αντώνη Πολίτη**, Business Development Manager του EIT RawMaterials.

S.M. Ποια είναι τα βασικά αντικείμενα με τα οποία ασχολείται το EIT RawMaterials, μια και, όπως αντιλαμβανόμαστε, είναι πολυδιάστατα και πολυτομεακά;

Α. Πολίτης: Γενικά δημιουργείται μια παρανόηση γύρω από τον όρο «Raw Materials», που παραπέμπει σε ελεύθερη μετάφραση σε ένα ευρύ φάσμα πρώτων υλών. Το EIT RawMaterials, όμως, κατά κύριο λόγο εστιάζει στα μέταλλα, στα μεταλλεύματα και τα προηγμένα υλικά και ακολουθεί τη λογική της value chain και της κυκλικής οικονομίας. Σε γενικό επίπεδο, οι δράσεις μας εστιάζουν στη διασφάλιση ορυκτών πρώτων υλών στις σημαντικές ευρωπαϊκές βιομηχανικές αλυσίδες αξίας, στο σχεδιασμό νέων λύσεων με καινοτόμα υλικά, προϊόντα και διεργασίες και στην κυκλική οικονομία για τη μετάβαση από το γραμμικό στον κυκλικό τρόπο σκέψης και εφαρμογής.



S.M.: Το EIT RawMaterials έχει αντικείμενο ένα εξαιρετικά κρίσιμο θέμα για την Ευρωπαϊκή Ένωση, αυτό της καινοτομίας και της βιώσιμης ανάπτυξης στις πρώτες ύλες, οι οποίες είναι η βάση ανάπτυξης και λειτουργίας για μια σειρά βιομηχανιών. Ποιες είναι οι βασικές προτεραιότητες της ΕΕ στο θέμα και πώς αυτές σχετίζονται με τη στρατηγική και τους στόχους του EIT RawMaterials;

A. Πολίτης: Ο οργανισμός μας έχει κεντρικό αντικείμενο τις ορυκτές πρώτες ύλες, κάτι που πλέον έχει την παγκόσμια αποδοχή και την πρόπουσα προσοχή ως δομικό απαραίτητο κομμάτι για όλα τα επικείμενα megatrends, π.χ. της ηλεκτροκίνησης, της πράσινης ενέργειας, της ψηφιακής οικονομίας, της κυκλικής οικονομίας κ.ο.κ. Ο ερχομός των νέων ισχυρών οικονομικών δυνάμεων, όπως η Κίνα και η Ινδία, έχει αυξήσει την απαίτηση σε ορυκτές πρώτες ύλες κατακόρυφα, γεγονός που έχει θέσει σε υψηλό ρίσκο την απρόσκοπτη πρόσβαση τους στην ΕΕ. Επιπρόσθετα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με την «Πράσινη Συμφωνία» έθεσε έως το 2050 η Ευρώπη να είναι η πρώτη ήπειρος μηδενικών ρύπων, κάτι που απαιτεί σημαντικές ποσότητες ορυκτών πρώτων υλών από πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές. Το EIT RawMaterials από το 2014 που δημιουργήθηκε έχει αναλάβει κεντρικό ρόλο να μετατρέψει την Ευρώπη σε οδηγό πάνω στον κλάδο των ορυκτών πρώτων υλών, ώστε να ισχυροποιήσει και να παγιώσει την εξαρτώμενη σε ορυκτές πρώτες ύλες Ευρωπαϊκή Βιομηχανία. Ως επιστέγασμα και αναγνώριση των αποτελεσμάτων μας και του ρόλου μας, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μάς ανέθεσε τη διαχείριση του European Raw Materials Alliance (ERMA). Το ERMA θα αποτελέσει ένα ισχυρό όχημα με σειρά στοχευμένων επενδύσεων υψηλού επιπέδου πάνω σε αναγνωρισμένες θεματικές από ένα ευρύ ευρωπαϊκό συναφές και συνδεδεμένο στο ERMA δίκτυο. Δύο άμεσες προτεραιότητες είναι αυτές των «Rare Earth Magnets & Motors» και «Raw and advanced materials for energy storage and conversion in stationary and non-stationary applications».

S.M. Ποια είναι τα προγράμματα του EIT RawMaterials και πού απευθύνονται;

A. Πολίτης: Θα έλεγα ότι ο κύριος και καταλυτικός ρόλος που επιτελούμε είναι η διασύνδεση του Τριγώνου Καινοτομίας, όπως ανέφερα προηγουμένως, δηλαδή των Πανεπιστημίων-Ερευνητικών Κέντρων-Βιομηχανίας σε πανευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο. Ουσιαστικά αυτό είναι και ο πρώτος πυλώνας δράσεών μας που καλείται Matchmaking & Networking. Με απλά λόγια είναι εστιασμένα events, θεματικά ή μη, που φέρνουν σε επαφή καινοτόμους οργανισμούς και ανθρώπους για την ανάπτυξη ομάδων καινοτομίας. Με το εργαλείο αυτό έχουμε παρατηρήσει δύο κύρια οφέλη, ταχύτητα και αμεσότητα σύνδεσης των συναφών ανθρώπων, αλλά και διαφορετικών επιπέδων αφηρητής καινοτομίας όπου χώρες όπως η Ελλάδα επωφελούνται άμεσα. Δεύτερος πυλώνας είναι αυτό που καλούμε Acceleration, που εστιάζει σε δύο κόσμους καινοτομίας με σημαντικό budget κάθε χρόνο. Σε πρώτο επίπεδο, στα συνεργατικά Innovation projects μεταξύ των εταίρων μας, που οδηγούν σε τελικά προϊόντα ή υπηρεσίες, και σε δεύτερο επίπεδο στο οικοσύστημα των νεοφυών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Τρίτος και τελευταίος πυλώνας είναι το Education που εφαρμόζει καινοτόμα προγράμματα για όλα τα επίπεδα,

από τις αρχικές σχολικές ηλικίες μέχρι και για επαγγελματίες του κλάδου.

S.M. Μπορείτε να μας πείτε σχετικά με τις ενέργειες και τα προγράμματα του EIT RawMaterials στην Ελλάδα;

A. Πολίτης: Η Ελλάδα έχει μια έντονα δυναμική κοινότητα στο κομμάτι των ορυκτών πρώτων υλών και, αν αναλογιστούμε ότι συνδράμει κάθε χρόνο με το 3-5% του ΑΕΠ, με 20.000 άμεσες και 80.000 έμμεσες θέσεις εργασίας, έχει μια λογική. Η δυναμική αυτή έχει μεταφερθεί και στο EIT RawMaterials, καθώς οι Έλληνες εταίροι και stakeholders ήταν ενεργοί από τις αρχές του. Σήμερα απλώς θα αναφέρω ότι είμαστε ένας δυνατός παίκτης ειδικά στη RIS περιφέρεια, υπάρχουν 12 εταίροι, πάνω από 200 stakeholders, οι οποίοι συμμετέχουν σε πάνω από 50 projects και έχουν προσελκύσει χρηματοδοτήσεις πάνω από 3,5 εκατ. ευρώ.

Θέλω να εστιάσω ιδιαίτερα για το αναγνωστικό κοινό και το οικοσύστημα των Startup στην πρόσφατη συνεργασία μας με τη Mantis, που εφεξής θα αποτελεί τον EIT RawMaterials Incubator στην Ελλάδα. Αν και το Incubator είναι παραπλανητικό και παραπέμπει ίσως σε κάποιο χώρο, η συνεργασία μας έχει ευρύτερο στόχο την ανάδειξη της κοινότητας των Startups γύρω από τις θεματικές και τους στόχους του EIT RawMaterials. Σε αυτό το πλαίσιο, υπάρχουν και θα υπάρξουν πολλαπλές ευκαιρίες για χρηματοδότηση και σύνδεση σε πανευρωπαϊκά προγράμματα των ενδιαφερομένων επικείμενων νέων επιχειρηματιών ή νεοφυών επιχειρήσεων και τους καλούμε να μείνουν ενήμεροι.

S.M. Το αντικείμενο των πρώτων υλών, των εξελιγμένων υλικών και των καινοτόμων βιομηχανικών χρήσεων και υλοποιήσεων είναι αρκετά «εξωτικά» για το οικοσύστημα των Startups παγκοσμίως. Υπάρχουν εταιρείες και ειδικά Startups σε αυτούς τους τομείς;

A. Πολίτης: Στο EIT RawMaterials έχουμε ήδη χρηματοδοτήσει πάνω από 180 Startups σε πανευρωπαϊκό επίπεδο και, όπως αντιλαμβάνεστε, έχουμε έρθει σε επαφή με πολλαπλάσιες. Οπότε η δυναμική υπάρχει και συνεχίζει να αναπτύσσεται. Εταιρείες με διαφορετικά πεδία εφαρμογής και διαφορετικές τεχνολογίες, π.χ. IoT, AI, AR-VR, platforms, processes, drones, sensors, machines, βρίσκουν πεδίο εφαρμογής και αγορά εντός της αλυσίδας αξίας μας. Κατά κύριο λόγο είναι B2B το μοντέλο που ακολουθείται και το γεγονός ότι είναι ένας «εξωτικός», όπως αναφέρατε, χώρος δίνει πολλές ευκαιρίες για τις νεοφυείς επιχειρήσεις που έχουν συνάφεια.

Θα έλεγα ότι δεν είναι θέμα αντικείμενου η ανάπτυξη νεοφυών επιχειρήσεων, αλλά θέμα ωριμότητας του οικοσυστήματος και των διεργασιών στην εκάστοτε χώρα. Η Ολλανδία, παραδείγματος χάριν, είναι ένας μόνιμος παραγωγός εξεχουσών νεοφυών επιχειρηματιών, καθώς αυτό είναι το mindset που χτίστηκε και αναπτύχθηκε στη χώρα τα τελευταία 20 χρόνια. Στη χώρα μας είναι ακόμα στα πρώιμα στάδια και η πρώτη άμεση σύνδεση που γίνεται είναι με τον κόσμο της ψηφιακής οικονομίας. Ειδικότερα, στο κομμάτι των ορυκτών πρώτων υλών θα έλεγα ότι έχει ελάχιστα δείγματα, αλλά μαζί με τον EIT RawMaterials Incubator Greece και τη Mantis στοχεύουμε να χτίσουμε και να δημιουργήσουμε το αντίστοιχο οικοσύστημα.

BOTA SYSTEMS

ΜΙΑ SPINOFF ΜΕ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΤΑΓΩΓΗ ΚΑΝΕΙ ΤΑ ΡΟΜΠΟΤ «ΕΞΥΠΝΟΤΕΡΑ»

Με τους αισθητήρες που αναπτύσσει, η Bota Systems καταφέρνει να προσφέρει στα ρομπότ μεγαλύτερη «αντίληψη» για το περιβάλλον τους, διευκολύνοντας έτσι σε μεγάλο βαθμό τη συνεργασία τους με τους ανθρώπους.

Της Εύης Τριαντοπούλου

Μέχρι πρόσφατα, τα ρομπότ ήταν για τους περισσότερους στα «όρια» της επιστημονικής φαντασίας. Κάτι πολύ «μακρινό», που σίγουρα θα ερχόταν να αλλάξει τη ζωή αλλά και την εργασία όπως την ξέρουμε... Στην πραγματικότητα, τα ρομπότ χρησιμοποιούνται εδώ και χρόνια στη βιομηχανία και είναι πολύ πιο «κοντά» μας από όσο νομίζουμε.

Σήμερα, που το κόστος τους έχει μειωθεί σημαντικά, οι ρομποτικές λύσεις «μπαίνουν» σε όλο και περισσότερους κλάδους και πλέον αρχίζουν να συνεργάζονται με ανθρώπους σε κοινό περιβάλλον εργασίας. Αναπτύσσεται, λοιπόν, μια νέα τάση, αυτή των συνεργατικών ρομπότ και λύσεων, που με τη σειρά της εγείρει μια σειρά άλλων ζητημάτων, κυρίως ασφαλείας. Γιατί, όταν

Από αριστερά ο Ηλίας Πατσιαούρας, ο Κλάιντ Λίκα και ο Marco Hutter





ένα ρομπότ έρχεται σε τόσο στενή επαφή με έναν άνθρωπο, πρέπει να έχει αντίληψη και ταυτόχρονα λειτουργικότητα.

Τα ζητήματα αυτά έρχεται να λύσει μια Startup με έδρα την Ελβετία και ελληνική «καταγωγή». Ο λόγος για την **Bota Systems** (botasys.com), η οποία αναπτύσσει αισθητήρες δύναμης-ροπής, που ενισχύουν τις δυνατότητες της νέας γενιάς ρομπότ. Η Bota Systems ιδρύθηκε το Μάρτιο του 2020 στη Ζυρίχη ως spinoff του Robotic Systems Lab του ETH Zurich, από τους **Κλάιντ Λίκα**, **Ηλία Πατσιαούρα** και **Marco Hutter**. Χάρη στους αισθητήρες της, τα ρομπότ αποκτούν την αίσθηση της αφής, ώστε να αντιλαμβάνονται, εξ επαφής, την παρουσία εμποδίων στο περιβάλλον τους, επιτρέποντας έτσι την ασφαλέστερη λειτουργία τους κοντά σε ανθρώπους. Επίσης, τα ρομπότ μπορούν να ελέγχουν τις δυνάμεις που ασκούν με πολύ μεγαλύτερη ακρίβεια, με αποτέλεσμα να εκτελούν εργασίες από τη συναρμολόγηση μικρών αντικειμένων μέχρι χειρουργικές επεμβάσεις.

Αυτήν τη στιγμή, η εταιρεία έχει διαθέσει στην αγορά πάνω από 40 κομμάτια, ενώ, σύμφωνα με την ιδρυτική ομάδα, έχουν κατασκευαστεί και βρίσκονται σε στάδιο δοκιμής άλλα τόσα. Τα πρώτα προϊόντα πωλήθηκαν ή δόθηκαν για ανάλυση και χρήση στην ερευνητική κοινότητα, γενικότερα όμως η πώληση γίνεται μέσω της ιστοσελίδας και των social media της Bota Systems. Επόμενος στόχος; Η «κατάκτηση» της παγκόσμιας αγοράς. Σε αυτό η ομάδα θεωρεί ότι θα βοηθήσει ιδιαίτερα η έδρα της εταιρείας, η οποία δεν επιλέχθηκε καθόλου τυχαία εξ αρχής.

«Η Ελβετία, και ειδικότερα η Ζυρίχη, βρίσκεται στο κέντρο της βιομηχανικής ζώνης της Ευρώπης και το Robotic Systems Lab θεωρείται, αν όχι το πρώτο, ένα από τα πιο διακεκριμένα εργαστήρια ρομποτικής στον κόσμο», αναφέρει η ομάδα. «Η επιλογή της Ελβετίας έχει σίγουρα να κάνει με αυτό, καθώς επίσης και με το γεγονός ότι η σύνδεση με τη βιομηχανία και τις πραγματικές ανάγκες της και το οικοσύστημα που παρέχει το ETH Zurich για τις εταιρείες και τις επιχειρηματικές ιδέες που ξεπηδούν από την έρευνα είναι αρκετά ευνοϊκές. Στην Ελβετία και συγκεκριμένα στο ETH υπάρχει μια έντονη δραστηριότητα στη μεταφορά τεχνολογίας από την έρευνα στην κοινωνία».

Αυτό, σύμφωνα με την ομάδα, δίνει τη δυνατότητα σε κάποιον να χρηματοδοτηθεί, να έχει καθοδήγηση στις επιχειρηματικές του περιπέτειες και κυρίως να αισθάνεται ασφάλεια

ότι οι ερευνητικοί του καρποί θα αποδοθούν δικαίως σε αυτούς που τους αξίζουν. Εκεί ακριβώς έγκειται και η διαφορά με την Ελλάδα και τα ελληνικά πανεπιστήμια. Το ΕΜΠ –από το οποίο έχουν αποφοιτήσει ο Κλάιντ Λίκα και ο Ηλίας Πατσιαούρας–, παρά τις δυσκολίες σε χρηματοδότηση και γραφειοκρατία, εκπαιδεύει άριστους μηχανικούς, εξηγούν οι founders. «Η διαφορά είναι ότι οι μηχανικοί που τελειώνουν και έχουν πάρει μια κατεύθυνση κατά τη διάρκεια των σπουδών με αρκετά δυνατές θεωρητικές βάσεις δεν μπορούν να εκμεταλλευτούν την ορμή αυτή, γιατί η αγορά δεν μπορεί να τους απορροφήσει.» Επιπλέον, «ενώ υπάρχει αρκετά μεγάλη θέληση και ταλέντο, υπάρχουν μεγάλες δυσκολίες στην εύρεση χρηματοδότησης των διδακτορικών σπουδών, με συνέπεια οι διδακτορικοί φοιτητές να κάνουν και εξωτερικές δουλειές ή να δουλεύουν και σε έργα άσχετα με το αντικείμενο διατριβής».

Για να γίνει, επομένως, η έρευνα επιχειρηματική πράξη στην Ελλάδα, η Bota Systems πιστεύει ότι πρέπει να αλλάξει το παραπάνω σύστημα. Πέρα από αυτό, ειδικά για τις hightech hardware Startups, χρειάζεται καθοδήγηση από μέντορες με εμπειρία και προϋπηρεσία στην ανάπτυξη επιχειρήσεων σε αυτόν τον τομέα και... χρηματοδοτήσεις, λέει η ομάδα και εξηγεί: **«Οι ιδιωτικές επενδύσεις στις Startups στην Ελλάδα είναι αρκετά μικρές σε σχέση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Όπως επίσης και οι χρηματοδοτήσεις και οι κρατικές επιχορηγήσεις, των οποίων μέρος καταναλώνει η γραφειοκρατία. Επιπλέον, η πληθώρα των ελληνικών VC είναι επικεντρωμένα στις εταιρείες που η βασική πηγή εσόδων είναι από την πώληση/ενοικίαση λογισμικού και εφαρμογών».**

Αυτός είναι ο λόγος που και η ίδια η Bota Systems δεν έχει λάβει χρηματοδότηση από ελληνικό VC, παρόλο που έχει κάνει κάποιες επαφές. «Μέχρι στιγμής δεν έχουμε έρθει σε επαφή με κάποιο VC, το οποίο να έχει και γνώση επί της βιομηχανίας των ρομπότ», λέει χαρακτηριστικά η ομάδα, διευκρινίζοντας ωστόσο ότι «θα χαιρόταν αν στο μέλλον βρεθεί κάποια ευκαιρία για αυτό». Μέχρι τότε, η χρηματοδότησή της γίνεται με ίδια κεφάλαια, βραβεία, κρατικές επιχορηγήσεις, ένα μετατρέψιμο δάνειο και, τέλος, πωλήσεις οι οποίες ξεπερνούν ήδη τις 100.000 ευρώ. Σύμφωνα πάντως με τις εκτιμήσεις της, στο τέλος του επόμενου χρόνου, η Bota Systems θα είναι βιώσιμη.





ΤΟ DIGITAL MARKETING ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Η μετάβαση στην ψηφιακή εποχή στην Ελλάδα έγινε με «ελεύθερη πτώση» κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Καθώς η παγκόσμια οικονομία προσπαθεί να ανακάμψει και να βρει νέους τρόπους διαχείρισης των απωλειών της, οι περισσότερες επιχειρήσεις δείχνουν πιο ώριμες και δεκτικές στο να σχεδιάσουν μια Digital Marketing στρατηγική. Η προβολή μιας επιχείρησης online δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως μια συμπληρωματική ενέργεια στο παραδοσιακό marketing, αλλά ως μια επιτακτική ανάγκη για την ανάπτυξη και την εξάπλωση της φήμης ενός brand.

Του Δημήτρη Κονταράκη

Τα πλεονεκτήματα του Digital Marketing είναι ευρέως γνωστά. Αφενός είναι πολύ πιο οικονομικό από τα παραδοσιακά μέσα διαφήμισης και αφετέρου είναι πολύ πιο αποδοτικό, αφού επιτρέπει στην εκάστοτε επιχείρηση να οργανώσει καλύτερα τις λειτουργίες της και να στοχεύσει στο κοινό που την αφορά, κάνοντας ένα ευρύτερο άνοιγμα σε μια πολυπληθή αγορά με πελάτες από όλο τον κόσμο.

Ωστόσο, μια digital στρατηγική απαιτεί ιδιαίτερα προσεκτικό σχεδιασμό και λεπτούς χειρισμούς. Μια θετική εμπειρία μπορεί να συμβάλει στη διάδοση μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος εκτοξεύοντας τις πωλήσεις του και αντίστροφα μια κακή εμπειρία χρήση ή μια λάθος επικοινωνιακή πολιτική μπορεί να κατακεραυνώσει την εταιρεία.

Μία από τις πολλές δυνατότητες του Digital Marketing είναι η αλληλεπίδραση μιας επιχείρησης με τους πελάτες της, υπάρχοντες αλλά και δυνητικούς. Μέσα από τα social media έρχεται σε επαφή με το κοινό, αφουγκράζεται τις ανάγκες του, απαντά σε ερωτήσεις και απορίες και δίνει άμεσα λύσεις. Μια καλή τακτική είναι η διεξαγωγή μιας έρευνας, μέσω απλών ερωτήσεων. Οι απαντήσεις και τα σχόλια των χρηστών δίνουν μια ολοκληρωμένη εικόνα για το τι ψάχνουν, τι χρειάζονται και τι απασχολεί τους followers. Αν η επιχείρηση δώσει προσοχή στις ανάγκες που προκύπτουν, αν απαντήσει άμεσα προτείνοντας λύσεις και αν επενδύσει με σοβαρότητα σε πιθανές ελλείψεις της, αυτομάτως έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη των πελατών, οι οποίοι την αντιμετωπίζουν ως έναν αξιόπιστο συνεργάτη. Μαθαίνοντας ποιοι ακριβώς είναι οι πελάτες σας και τι χρειάζονται, δημιουργείτε μαζί τους ουσιαστικές σχέσεις. Έτσι είναι πολύ πιθανό να μείνουν πιστοί, να σας συστήσουν στους φίλους τους και να αγοράσουν και πάλι από εσάς στο μέλλον.

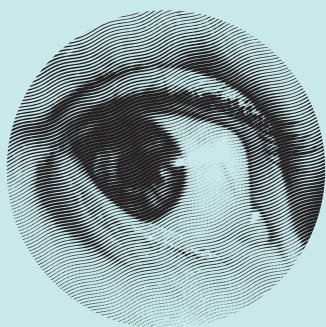
Φυσικά, μια επιχείρηση, πριν επενδύσει σε μια οποιαδήποτε μορφή προβολής, εξετάζει το κόστος αλλά και την αποεπένδυσή της. Με γνώμονα το budget, οφείλουμε να πούμε ότι ελάχιστα μέσα διαφήμισης είναι το ίδιο αποδοτικά με

το Digital Marketing, οι τεχνικές του οποίου επιτρέπουν την προώθηση των αγαθών/υπηρεσιών σε ένα διευρυμένο κοινό ακόμα και με έναν σχετικά μικρό προϋπολογισμό.










Μια ολοκληρωμένη Digital Marketing στρατηγική περιλαμβάνει πολλαπλές ενέργειες στο online περιβάλλον. Το γεγονός αυτό πολλές φορές προκαλεί σύγχυση στους επιχειρηματίες που δεν αντιλαμβάνονται τι πρέπει να κάνουν, με ποια συχνότητα και με τι budget. Οι επιλογές, όπως προαναφέραμε, είναι πολλαπλές. Ακολουθούν οι πλέον κοινές πρακτικές:

- Η παρουσία στα social media είναι ο καλύτερος τρόπος για να διευρύνετε την παρουσία σας στο διαδίκτυο.
- Το video marketing ανέδειξε σε leaders ακόμη και μικρές επιχειρήσεις που είχαν κάτι ενδιαφέρον να μοιραστούν με το κοινό.
- Το email marketing σας φέρνει ακόμα πιο κοντά με το κοινό σας και αυξάνει το awareness.
- Το SEO είναι ένα μοναδικό εργαλείο για να φτάσετε στην πρώτη γραμμή των αναζητήσεων στην Google.
- Η αποδοτική διαχείριση του site σας θα αυξήσει την επισκεψιμότητα, τη δημοτικότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών σας και κατ' επέκταση των πωλήσεων.
- Τα Google Ads, μέσα από καμπάνιες με έξυπνη στόχευση, μπορούν να φέρουν αύξηση δυνητικών πελατών.

Αν όλα τα παραπάνω δεν σας είναι οικεία ή σας μπερδεύουν, είναι καλύτερο να αφήσετε την επιχείρησή σας στα χέρια των ειδικών. Χωρίς αμφιβολία, το Digital Marketing είναι το μέλλον της διαφήμισης αλλά και ένα πολύ δυνατό όπλο στη φαρέτρα των επιχειρήσεων. Όσο πιο έγκαιρα το αντιληφθούν και προσαρμόσουν την παρουσία τους στη νέα ψηφιακή εποχή, τόσο πιο μπροστά θα βρεθούν σε σχέση με τον ανταγωνισμό στις προτιμήσεις των καταναλωτών.



ΣΙΡΙΑΛ ΕΝΤΡΕΠΡΕΝΟΥΡ

-  Σε «πόλο έλξης» τεχνολογικών κολοσσών από τις ΗΠΑ, τη Γερμανία και τη Γαλλία έχει εξελιχθεί ήδη το τεχνολογικό πάρκο 4ης γενιάς «Thess INTEC», που θα δημιουργηθεί σε έναν χώρο 760 στρεμμάτων στην Περαιά του Δήμου Θερμαϊκού. Παρά την επιβράδυνση των ρυθμών προόδου του έργου, εξαιτίας των επιπτώσεων (διπλή καραντίνα) της πανδημίας, τα αιτήματα αυξάνονται συνεχώς από όλο τον κόσμο.
-  Μέσα σε λιγότερο από έναν χρόνο έχουν υποβάλει επισήμως –και εγγράφως– το ενδιαφέρον τους 70 εταιρείες και 17 ερευνητικά εργαστήρια επιχειρήσεων, οργανισμών και φορέων για εγκατάσταση στο «Thess INTEC», ενώ δεκάδες ξένες αποστολές έχουν επισκεφθεί τη Θεσσαλονίκη για να διερευνήσουν τους όρους και τις προϋποθέσεις εγκατάστασης στο τεχνολογικό πάρκο. Ανάμεσά τους πανεπιστημιακά ιδρύματα όπως το MIT, το Πανεπιστήμιο του Τέξας και το Ινστιτούτο Τεχνολογίας της Καλιφόρνιας.
-  Σύμφωνα με πληροφορίες, πάνω από 100 Startups, κυρίως από τη βόρεια Ευρώπη, έχουν ζητήσει επίσης πληροφορίες σχετικά με τις δυνατότητες εγκατάστασης τμημάτων έρευνας...
-  Σε νέες δραστηριότητες έχει επεκταθεί δυναμικά ο ιδρυτής της QIVOS, που έχει κερδίσει τα τελευταία χρόνια διακρίσεις και βραβεία σε 5 χώρες ως marketing technology agency. Ο Βαγγέλης Καραλής (με «συνοδοιπόρο» τον Παναγιώτη Μαρκίδη) ίδρυσε στο Λονδίνο τη Fintech Startup, Neos Beyond Payments και αναπτύσσει ένα πρωτοποριακό εγχείρημα: κοσμήματα και αξεσουάρ μόδας με δυνατότητες πραγματοποίησης ασφαλών ανέπαφων ηλεκτρονικών συναλλαγών όπως οι πιστωτικές κάρτες!
-  Συνδυάζοντας την τέχνη της κατασκευής κοσμημάτων με τεχνολογίες αιχμής, η Neos Pay δημιουργεί μοντέρνα, εύχρηστα και ασυνήθιστα «αντικείμενα πληρωμής» σε μορφή βραχιολιού. Εκτός από τη Μεγάλη Βρετανία, τα κοσμήματα της Neos έχουν άδεια πραγματοποίησης πληρωμών και συναλλαγών στη Γερμανία, τη Σουηδία, τη Νορβηγία και το Βέλγιο – όχι όμως ακόμα στην Ελλάδα.
-  Εντύπωση έχει προκαλέσει τους τελευταίους μήνες η συμπεριφορά founder και CEO ιδιαίτερα επιτυχημένων ελληνικής Startup που προβάλλεται συχνά ως «tech guru» και «business innovator». Στα περισσότερα αιτήματα –από προτάσεις συνεργασίας μέχρι αιτήματα για φωτογραφίες, συνεντεύξεις ή συμμετοχές σε διαδικτυακά πάνελ συζητήσεων– απαντάει λακωνικά και με ασάφεια περί εγκρίσεων και διαδικασιών. Όπως είχε δηλώσει παλαιότερα ο διάσημος Ίλον Μασκ, «έγκριση χρειάζονται οι υπάλληλοι και όχι οι founders». Ή μήπως δεν είναι πραγματικά founder;
-  Στο εξωτερικό έχουν στραφεί τους τελευταίους μήνες πολλές ελληνικές Startups, αναζητώντας ευκαιρίες χρηματοδότησης από ξένα funds. Δεν είναι, όπως λένε, ο βασικός λόγος οι γνωστές καθυστερήσεις στις διαδικασίες χρηματοδότησης στην Ελλάδα, ούτε οι δυσκολίες παρουσιάσεων και διαπραγματεύσεων με τα λιγοστά ελληνικά funds εξαιτίας της πανδημίας όσο οι συνεχόμενες ανακοινώσεις χρηματοδότησης Startup με έδρα σε άλλη χώρα ή ξένων Startups που δεν έχουν καμία σχέση με το ελληνικό οικοσύστημα.
-  Πολλοί λένε ότι είναι έτοιμοι να προβούν και σε καταγγελίες, αν δεν αλλάξει κάτι σύντομα, καθώς θεωρούν προκλητικό να στηρίζονται ουσιαστικά ξένες εταιρείες, όταν την ίδια στιγμή υπάρχουν εκατοντάδες ελληνικές Startups που φυτοζωούν (επισήμως κάνουν «bootstrapping») λόγω έλλειψης επενδυτικών κεφαλαίων.
-  Οι επίσημες ανακοινώσεις και τα δελτία Τύπου είναι σημαντικό μέρος της επικοινωνιακής στρατηγικής κάθε επιχείρησης και αποτελούν πολύτιμο «εργαλείο» για όλες τις διοικήσεις. Μπορεί να μην έχουν πάντοτε στόχο την ενημέρωση του επενδυτικού κοινού ή των πελατών, όπως θα έπρεπε για λόγους δεοντολογίας, αλλά τουλάχιστον «δεν είθισται» –όπως θα έλεγε και ο καθηγητής Μηχανικinis– να παρουσιάζουν ως επιτυχημένη συμφωνία... μία από τις μεγαλύτερες επιχειρηματικές αποτυχίες της χρονιάς στην Ελλάδα.



Mobile Agency of the Year

Loyalty • Mobile Marketing • Mobile Payments

Mobile Couponing • Mobile Commerce

www.warp.ly



Έφθε η στιγμή να μεγαλώσει η επιχείρησή σου



Το egg – enter•grow•go
είναι ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο
στήριξης καινοτόμων επιχειρήσεων
στα πιο καθοριστικά βήματα
της ανάπτυξής τους.

Εξασφάλισε σήμερα
και στη δική σου επιχείρηση,
τα απαραίτητα εφόδια που χρειάζεται
για να μεγαλώσει: χρηματοδότηση,
εξωστρέφεια, mentoring, κτηριακές
υποδομές και επιχειρηματική δικτύωση
σε Ελλάδα και εξωτερικό.

**προτεραιότητα
σε εσένα**

eurobank.gr



Eurobank