

ΣΑΣ ΕΥΧΟΜΑΣΤΕ
ΚΑΛΑ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ
ΜΕ ΕΝΑ ΧΑΡΟΥΜΕΝΟ & ΥΓΙΕΣ 2019

Transport Show Παιανία 2018 - σελ. 8



Κρυοθεραπεία &
Μικροηλεκτρονική - σελ. 24

Άυλα Barcode &
ΕΟΠΥΥ - σελ. 27

Νέα Εταιρική
Ταυτότητα ΜΟΒΙΑΚ - σελ. 22

Ευχαριστήριο Σημείωμα
κ^{ου} Εμμανουήλ Ε. Σβουράκη - σελ. 23

ExproProtection, Παρίσι 2018 σελ. 14

Έκθεση
στη Σερβία 2018 - σελ. 13



Σεμινάριο
στη Βουλγαρία 2018 - σελ. 13



ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ ΜΑΝΙΚΕΣ
MED & EN14540 - σελ. 4

Η Φωτιά σε αφορά - σελ. 6

Πιστοποίηση UL
για Αντλίες Πυρόσβεσης - σελ. 18

Έκθεση στο Ομάν 2018 - σελ. 16



Νέα Επέκταση σελ. 20



ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ / ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΥΛΗΣ
Στράτος Κορώνης
Μηχανικός Μηχανικός MSc,
Τμήμα Εξαγωγών

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Ψυλλάκη Σοφία:
Ηλ. Μηχανικός & Μηχανικός Η/Υ,
Τμήμα Πωλήσεων Πυρ/κού Εξοπλισμού

ΟΜΑΔΑ ΣΥΝΤΑΞΗΣ
Μανώλης Σβουράκης
Πρόεδρος & Διευθ. Σύμβουλος MOBIAK A.E.

Μανώλης Σβουράκης
Ιδρυτής & Επίτιμος Πρόεδρος της MOBIAK A.E.

Μάγδα Χαραλαμπίκη
Χημικός MSc,
Τμήμα Διασφάλισης Ποιότητας

Λευτέρης Κυραλάκης:
Μηχανικός Παραγωγής & Διοίκησης MSc,
Τμήμα Παραγωγής / Εισαγωγών

Γιώργος Θεοδωράκης
Μηχανολόγος Μηχανικός
Πυροπροστασία

Τάσος Τσαγκαρίδης
Πωλητής, Οδηγός, Ηρακλείου Κρήτης

Γιάννης Παυλόπουλος
Εξωτερικός Πωλητής Πυρ/κών Αττικής & Κεντρικής Ελλάδος

Σάκης Μποδοσάς
Υπεύθυνος Κέντρου Διανομής Βορείου Ελλάδας & Βαλκανίων

Μάνος Στεφανογιάννης
Ηλ. Μηχανικός & Μηχανικός Η/Υ
Υπεύθυνος Πωλήσεων Πυρ/κού Εξοπλισμού Ελλάδος

Αλέξανδρος Μπολάνης
Οικονομολόγος
Τμήμα Πωλήσεων Πυρ/κού Εξοπλισμού

Σοφία Ψυλλάκη
Ηλ. Μηχανικός & Μηχανικός Η/Υ
Τμήμα Πωλήσεων Πυρ/κού Εξοπλισμού

Μανώλης Σταυρουλάκης
Τμήμα Πωλήσεων Πυρ/κού Εξοπλισμού

Φώντας Μαναρόλης
Ηλεκτρονικός Μηχαν. Μηχ. Υπολογιστών
Τμήμα Εξαγωγών Πυρ/κού Εξοπλισμού

Αλέξανδρος Νάκος
Μηχανολόγος Μηχανικός MSc
Τμήμα Εξαγωγών Πυρ/κού Εξοπλισμού

Απόστολος Διαμαντόπουλος:
Οικονομικές Επιστήμες MSc,
Τμήμα Εξαγωγών Πυρ/κού Εξοπλισμού

Ανδρέας Κλαριδόπουλος
Μηχανολόγος Μηχανικός
Τμήμα Εξαγωγών Πυρ/κού Εξοπλισμού

Μεταξάς Δρακόπουλος:
Μηχανικός Παραγωγής & Διοίκησης MSc,
Τμήμα Εξαγωγών Πυρ/κού Εξοπλισμού

Στράτος Κορώνης
Μηχανικός Μηχανικός MSc
Τμήμα Εξαγωγών Πυρ/κού Εξοπλισμού

Μιχάλης Καπετανάκης
Ηλ. Μηχανικός & Μηχανικός Η/Υ
Τμήμα Εξαγωγών Πυρ/κού Εξοπλισμού

ΕΚΔΟΤΗΣ - ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
ΜΑΝΩΛΗΣ ΣΒΟΥΡΑΚΗΣ

ΕΚΔΟΣΗ
MOBIAK A.E.

ΚΕΝΤΡΙΚΑ
Μ. ΜΠΟΤΣΑΡΗ 96 - 98
ΧΑΝΙΑ - ΚΡΗΤΗ 731 36
ΤΗΛ.: 28210 63222
FAX: 28210 66260
e-mail: info@mobiak.gr
www.mobiak.gr

ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ
ΑΚΡΩΤΗΡΙ,
ΧΑΝΙΑ - ΚΡΗΤΗ 731 00
ΤΗΛ.: 28210 63222
FAX: 28210 66260

ΔΙΑΘΕΣΗ

Τη MOBIAK Press θα την βρείτε:

- Στα κεντρικά Καταστήματα της MOBIAK A.E.
- Στο Τμήμα Πωλήσεων στο Εργοστάσιο
- Στους Εξωτερικούς Πωλητές
- Στα Κέντρα Διανομής Κεντρικής & Νότιας Ελλάδας, Βόρειας Ελλάδας & Βαλκανίων & Ανατολικής Κρήτης.

ΟΜΑΔΑ ΣΥΝΤΑΞΗΣ

Μαρία Νικολουδάκη
Οικονομολόγος
Τμήμα Οικονομικού

Αντώνης Γκεζέπης
Διπλ. Εφαρμογών Πληροφορικής στη Διοίκ. & Οικονομία
Τμήμα Social Media

Μυρτώ Κουμή
Γραφίστας
Δημιουργικό Τμήμα

Έφη Μαναρολάκη
Χημικός MSc
Τμήμα Βιομηχανικών - Ιατρικών Υγροποιημένων Αερίων

Αργυρώ Σχολινάκη
Χημικός MSc
Τμήμα Βιομηχανικών - Ιατρικών Υγροποιημένων Αερίων

Γιώργος Χουδαλάκης
Τεχνολόγος Μηχανικός Πληροφορικής
Υπεύθυνος Εξαγωγών Ιατρικών

Δημήτρης Τσεντελιέρος
Information Technology Management MSc
Τμήμα Εξαγωγών Ιατρικών

Νίκος Φραγκιουδάκης
Υπεύθυνος Πωλήσεων Ιατρικών

Βασίλης Μπινιάκης
Τμήμα Έρευνας & Ανάπτυξης
R&D Ιατρικών

Δήμητρα Μαρκάκη
Υπεύθυνη καταστήματος Λιανικής
N. Χανίων Pyromedical

ΣΑΣ ΕΥΧΟΜΑΣΤΕ ΚΑΛΑ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ ΜΕ ΕΝΑ ΧΑΡΟΥΜΕΝΟ

& ΥΓΙΕΣ 2019



Άλλη μια χρονιά φτάνει στο τέλος της. Μια χρονιά δύσκολη, με πολλές διακυμάνσεις μα πάνω απ' όλα με πολλές εξελίξεις σε υφιστάμενα ή νέα Προϊόντα, Συστήματα & Υπηρεσίες για την MOBIAK.

Σκοπός των εξελίξεων αυτών παραμένει η Ικανοποίηση των Συνεργατών μας τόσο στην Ελληνική Επικράτεια όσο και στο Εξωτερικό. Γνώμονας είναι πάντα η ανώτερη δυνατή Ποιότητα Προϊόντων, Συστημάτων & Υπηρεσιών.

Όπως θα διαπιστώσετε μετά από Ανάγνωση του τρέχων Τεύχους, η MOBIAK συνεχίζει δυναμικά την Επένδυση εκτός της "βάσης" της που είναι η ελληνική αγορά και στον τομέα των Εξαγωγικών Πωλήσεων – στόχος είναι η δημιουργία Νέων Συνεργατών-Συνεργασιών αλλά και η Εδραιοποίηση & Ενίσχυση του Brand Name της Εταιρίας σε Αγορές στις οποίες δραστηριοποιούμαστε ήδη.

Κλειδί για την Επιτυχία μας τόσο σε Ελληνικό όσο και σε Εξαγωγικό επίπεδο ... η Ποιότητα. Σίγουρα, παράμετροι όπως η Πιστοποίηση, η Ποικιλία, η ανταγωνιστική Τιμή, το μεγάλο Απόθεμα και η γρήγορη Παράδοση παίζουν σημαντικό ρόλο – όμως, εάν μέσα σε αυτά δεν υπάρχει ο όρος «Ποιότητα» τότε η επιθυμητή Επιτυχία δεν θα επέλθει ποτέ. Είναι το εργαλείο το οποίο είναι απαραίτητο για να αναδειχθούν όλα τα λοιπά πλεονεκτήματα μιας Εταιρίας.

Μετά από μακροχρόνια προσωπική Ενασχόλησή μου στο Τομέα των Εξαγωγικών Πωλήσεων μπορώ πλέον με σιγουριά να γράψω ότι σε όλες τις σύγχρονες κοινωνίες παρατηρείται το φαινόμενο της αναζήτησης και χρήσης υψηλού ποιοτικού επιπέδου προϊόντων και υπηρεσιών. Οι Συνεργάτες μας στο Εξωτερικό δεν θέλουν άλλον έναν Κατασκευαστή Πυροσβεστικού Εξοπλισμού. Επιλέγουν την MOBIAK διότι βλέπουν ότι σε κάθε της κίνηση είτε για Προϊόν ή για Σύστημα ή για Υπηρεσία ο κυρίαρχος Όρος που επικρατεί είναι η «Ποιότητα».

“ Κλειδί για την Επιτυχία μας τόσο σε Ελληνικό όσο και σε Εξαγωγικό επίπεδο ... η Ποιότητα, ”

Το κριτήριο επικράτησης ή ακόμα και διατήρησης μιας αγοράς είναι η ανταγωνιστικότητα. Η ανταγωνιστικότητα είναι συνάρτηση της ποιότητας και της τιμής διάθεσής στην αγορά. Η τιμή διάθεσης ενός προϊόντος εξαρτάται από το κόστος παραγωγής και σχετίζεται με την παραγωγικότητα και διαχείριση των στοιχείων που συμμετέχουν στην παραγωγή, πλην όμως έχει έναν ισχυρό σύμμαχο που μπορεί να στηριχτεί για να δικαιολογήσει την όποια τιμή, την ποιότητα.

Η Ικανοποίηση του εκάστοτε Πελάτη είναι συνδεδεμένη με την Ποιότητα. Ο ευχαριστημένος πελάτης είναι σημαντικός για την επιχείρηση διότι παραμένει πιστός, εκφράζεται θετικά για την επιχείρηση και τα προϊόντα-υπηρεσίες της & συνάμα είναι λιγότερο ευαίσθητος στις τιμές και δεν επηρεάζεται από τον ανταγωνισμό διότι ο πελάτης αυτός είναι σε θέση να αναγνωρίσει τις ποιοτικές διαφορές οι οποίες έχουν άμεσο αποτέλεσμα στην τιμή.

Όλα αυτά τα χρόνια η MOBIAK σας προσφέρει Υψηλής Ποιότητας Προϊόντα & Συστήματα με Ακρώς Ανταγωνιστικές Τιμές. Παρόλες τις σημαντικές Διαφορές μας με τον ανταγωνισμό οι Τιμές μας παραμένουν σε χαμηλό Επίπεδο. Αυτό συμβαίνει διότι σκοπός μας δεν είναι η μεγιστοποίηση του Κέρδους της Εταιρίας (αντιθέτως θα έλεγα..) αλλά η Προσφορά τόσο στην Ελληνική Επικράτεια όσο και στο Εξωτερικό Υψηλού Επιπέδου Ποιοτικά Προϊόντα τα οποία θα προστατέψουν (όταν και εάν χρειαστεί – εύχομαι να μην χρειαστεί) με τον καλύτερο δυνατό τρόπο ζωές ή περιουσίες.

Κλείνοντας, θέλω επίσης να αναφέρω ότι είμαι ιδιαίτερα ευτυχής από το γεγονός ότι η πλειονότητα των Συνεργατών της MOBIAK κρίνουν πρώτα την Ποιότητα ενός Προϊόντος, Συστήματος & Υπηρεσίας και δευτερευόντως την Τιμή. Είμαι ιδιαίτερα χαρούμενος που αναγνωρίζουμε όλοι μας πλέον ότι νούμερο 1 κριτήριο για ένα Προϊόν που προστατεύει ζωές ή περιουσίες είναι η Ποιότητα (και όχι η τιμή).

Σας υπόσχομαι ότι τόσο εγώ όσο και οι Συνεργάτες θα συνεχίσουμε τον αγώνα μας για συνεχή ποιοτική Αναβάθμιση Προϊόντων, Συστημάτων & Υπηρεσιών με σκοπό την καλύτερη δυνατή Ικανοποίησή σας.

Υγεία, Αγάπη, Χαρά, Ευτυχία για ένα Χαρούμενο 2019 !

Γράφει, ο Μανώλης Σβουράκης
Πρόεδρος & Διευθ. Σύμβουλος MOBIAK A.E.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ ΜΑΝΙΚΕΣ MED & EN14540

Γράφει, η **Μάγδα Χαραλαμπίκη**
Τμήμα Ποιότητας, MOBIAFIRE

Το άρθρο αυτό έχει σκοπό να σας ενημερώσει σχετικά με τις αλλαγές που έχουν γίνει στη σχετική νομοθεσία εδώ και κάποιο καιρό αλλά και το τι ισχύει στη διεθνή νομοθεσία για την χρήση εξοπλισμού στη ναυτιλία. Διεθνώς, ισχύει η σύμβαση SOLAS.

Λίγα λόγια για αυτή:
Η σύμβαση **SOLAS** θέτει κάποια ελάχιστα πρότυπα ασφαλείας που πρέπει να ισχύουν κατά την κατασκευή, τον εξοπλισμό και τη λειτουργία των πλοίων. Επίσης καθορίζει τα πιστοποιητικά που αποδεικνύουν την τήρηση αυτών των ελαχίστων προτύπων ασφαλείας καθώς και τους ελέγχους που θα βεβαιώνουν την τήρησή τους. Η ευθύνη για την εξασφάλιση τήρησης των υποχρεώσεων που επιβάλλει η SOLAS βαρύνει τα κράτη-μέλη της υπό τη σημαία των οποίων ηολογούνται τα πλοία.

Την τήρηση αυτή επιτηρούν οι νηογνώμονες. Τέτοιοι νηογνώμονες είναι: RINA, BV, ABS, CCS κ.α. και διαθέτουν δικούς τους κανονισμούς, σύμφωνα με τη διεθνή σύμβαση SOLAS. Αναφορικά με τον CCS σας ενημερώνουμε επιπροσθέτως ότι πρόκειται για φορέα της Κίνας, China Classification Society.

Το προϊόν που είναι πιστοποιημένο από τον CCS, φέρει για σήμα την άγκυρα ΚΑΙ ΟΧΙ ΤΟ ΓΝΩΣΤΟ ΣΕ ΟΛΟΥΣ ΤΙΜΟΝΑΚΙ.



Η Ευρώπη, έχει εκδώσει ευρωπαϊκή οδηγία για την πιστοποίηση των προϊόντων που προορίζονται για χρήση στη ναυτιλία. Η οδηγία αυτή είναι η M.E.D. (Marine Equipment Directive) και αποδίδει το σήμα «τιμονάκι» στο προϊόν. Αυτή αναθεωρείται τακτικά. Η συμμόρφωση με την οδηγία αυτή αφορά την Ευρώπη μόνο, γίνεται όμως αποδεκτή και σε άλλες ηπείρους. Όχι όμως και ανάποδα, δηλαδή εγκρίσεις προϊόντων χωρίς το «τιμονάκι», δεν είναι αποδεκτές στη Ευρωπαϊκή επικράτεια και σε πλοία ευρωπαϊκής σημαίας.



Σε μία από αυτές τις αναθεωρήσεις, μέσα από τις λίστες των προϊόντων που περιλαμβάνει, οι μάνικες >52mm απομακρύνθηκαν από τα προϊόντα που απαραίτητα πρέπει να φέρουν το σήμα «τιμονάκι», καθώς δεν υπάρχει πρότυπο δοκιμών που να τις περιλαμβάνει. Δείτε παρακάτω το σχετικό τμήμα από τα παραρτήματα της οδηγίας 2015/559/EU.

Παράρτημα Α.1 (προϊόντα που πρέπει να φέρουν υποχρεωτικά το «τιμονάκι»)

A.1/3.29	Fire Hoses with Diameter ≤ 52mm	- Reg. II-2/10 - Reg. X/3	- Reg. II-2/10 - IMO Res. MSC.36(63)-1994 HSC Code) 7 - IMO Res. MSC. 97(73)-2000 HSC Code) 7.
----------	---------------------------------	------------------------------	--

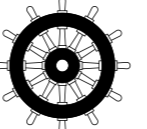
- EN 14540 (2004) including A1 (2007)	B + D B + E B + F
---------------------------------------	-------------------------

Παράρτημα Α.2 (προϊόντα που δεν πρέπει να φέρουν το «τιμονάκι»)

A.2/3.33 new Item	Fire Hoses with Diameter >52mm	- Reg. II-2/10 - Reg. X/3	- Reg. II-2/10 - IMO Res. MSC.36(63)-1994 HSC Code) 7 - IMO Res. MSC. 97(73)-2000 HSC Code) 7.
-------------------	--------------------------------	------------------------------	--

Τα παραπάνω έχουν εφαρμογή ήδη από 30 Απριλίου 2016. Δηλαδή προϊόντα παραγωγής έως αυτή την ημερομηνία και μόνο μπορούν να φέρουν το τιμονάκι. Όχι όμως προϊόντα μεταγενέστερης κατασκευής. Οποιοδήποτε «στοκ» σας παρουσιάζουν επομένως με μάνικες μεγαλύτερες των 52mm (2") δεν μπορεί να διαρκεί πλέον και θα πρέπει να εξετάζετε κάθε περίπτωση προτού τις προμηθευτείτε.

Επιπλέον, μάνικα με πιστοποιητικό CCS απαγορεύεται να φέρει το τιμονάκι! Αντίστοιχα, δεν μπορεί να κυκλοφορεί στην αγορά μάνικα με πιστοποιητικό EN14540, καθώς στις διαστάσεις >52mm αυτό δεν έχει εφαρμογή.



XXXX/YYYY
(αριθμός φορέα/έτος)
Σήμα τιμονάκι (wheelmark)

Το Μυστικό της Πευστότητας

Γράφει, ο **Λευτέρης Κυραλάκης**
Μηχανικός Παραγωγής & Διοίκησης MSC

Η ρευστότητα μιας επιχείρησης πάντα αποτελούσε κύρια προτεραιότητα για κάθε επιχειρηματία και αντικείμενο μελέτης και έρευνας για τα στελέχη της. Τα τελευταία χρόνια με τα νέα οικονομικά δεδομένα που έχουν φέρει οι εξελίξεις στην οικονομία της χώρας, η τόνωση της ρευστότητας είναι πλέον ζωτικής σημασίας και αποτελεί βαρόμετρο για την επιβίωση και την "υγεία" μιας επιχείρησης.



Η βελτίωση της ακρίβειας των προβλέψεων πωλήσεων ίσως να μην είναι τελικά ο καλύτερος τρόπος για να μειωθεί το απόθεμα. Το ίδιο ισχύει και με την τακτική διατήρησης μεγαλύτερων αποθεμάτων ζήτησης με σκοπό την ενίσχυση της εξυπηρέτησης των πελατών. Και οι δύο αυτές υποθέσεις μπορούν να οδηγήσουν σε κατακερματισμό αποθέματος ή σε ελλείψεις στην αποθήκη με όχι επιθυμητά αποτελέσματα για την ίδια την εταιρεία. Ακολουθούν κάποια 'tips' για τη σωστή διαχείριση των αποθεμάτων.

Η Πυροπροστασία στην Ελλάδα

Γράφει, ο **Γιώργος Θεοδωράκης**
Μηχανολόγος Μηχανικός, Πυροπροστασία

Όλα τα κτίρια, ανεξαρτήτως της χρήσης τους, διακρίνονται σε σχέση με τη πυροπροστασία, σε υφιστάμενα και νέα. Οριακό σημείο για τη διάκρισή τους αυτή, είναι η ημερομηνία έναρξης ισχύος του Π.Δ. 71/1988 (Α' 32) "Κανονισμός Πυροπροστασίας Κτιρίων". Ως Υφιστάμενα κτίρια θεωρούνται εκείνα που η οικοδομική τους άδεια εκδόθηκε πριν από την ημερομηνία έναρξης ισχύος του παραπάνω Προεδρικού Δ/τος, ενώ ως νέα θεωρούνται εκείνα τα κτίρια που η οικοδομική τους άδεια εκδόθηκε μετά την έναρξη ισχύος του Π.Δ.. Επίσης η πυροπροστασία των κτιρίων χωρίζεται σε δύο επιμέρους τομείς:

- Στην Παθητική Πυροπροστασία
- Στην Ενεργητική Πυροπροστασία

Με τον όρο παθητική πυροπροστασία εννοούμε το σύνολο των μέτρων εκείνων που έχουν παρθεί με την κατασκευή του κτιρίου και εξασφαλίζουν την έγκαιρη εξακρίβωση μιας πυρκαγιάς ή στην περίπτωση συμβάντος, καθώς και την αποφυγή μετάδοσης της πυρκαγιάς σε άλλους χώρους ή άλλα κτίρια.

Με τον όρο ενεργητική πυροπροστασία εννοούμε τα μέσα πυροπροστασίας που πρέπει να εγκαθίστανται σε ένα κτίριο και τα οποία αποσκοπούν στην έγκαιρη εξακρίβωση μιας πυρκαγιάς ή στην άμεση αντιμετώπισή της πριν αυτή καταστεί ανεξέλεγκτη.

Για τα κτίρια αυτά έχει εφαρμογή το Π.Δ. 71/88 και τα οποία ανάλογα με τη χρήση τους ταξινομούνται στις παρακάτω κατηγορίες: Κατοικίες, Ξενοδοχεία, χώροι Εκπαίδευσης, Γραφεία, Καταστήματα, Χώροι συνάθροισης κοινού, Βιομηχανίες- Βιοτεχνίες, Κτίρια Υγείας και Κοινωνικής Πρόνοιας, Κτίρια Σωφρονισμού, Χώροι στάθμευσης οχημάτων και τρατηρίων υγρών καυσίμων.

Στις περιπτώσεις όπου σε ένα κτίριο λ.χ. πρόκειται να λειτουργήσει μια επιχείρηση που υπάγεται σε διαφορετική χρήση από αυτή που έχει καταταχθεί το κτίριο σύμφωνα με την άδεια οικοδομής του, τότε απαιτείται να προβεί σε αλλαγή της χρήσης του από την αρμόδια Πολεοδομική Αρχή.

Μέτρα πυροπροστασίας

Με τον Κανονισμό Πυροπροστασίας Κτιρίων επιβάλλονται μέτρα παθητικής και ενεργητικής Πυροπροστασίας.



Στην παθητική πυροπροστασία μεταξύ άλλων καθορίζονται οι όροι και οι προϋποθέσεις που πρέπει να έχει κάθε κτίριο ανάλογα με τη χρήση του, όπως δομικά στοιχεία, οδεύσεις διαφυγής, φωτεινή σήμανση και φωτισμός των οδεύσεων διαφυγής, καθώς και τα παρακάτω:

- Οι επικίνδυνοι χώροι πρέπει να αποτελούν ξεχωριστό πυροδιαμέρισμα και δεν πρέπει να βρίσκονται κοντά, από κάτω ή σε άμεση γειτονία με τις εξόδους των κτιρίων.

- Πυροδιαμερισματοποίηση των κτιρίων. (Το μέγιστο εμβαδά πυροδιαμερισματος εξαρτάται από τη χρήση του κτιρίου). Τα μέτρα ενεργητικής πυροπροστασίας που πρέπει ανάλογα της χρήσης και του πληθυσμού, να διαθέτουν τα κτίρια είναι:

- Υδροδοτικό πυροσβεστικό δίκτυο όπου προβλέπεται από τις ειδικές διατάξεις για κάθε κτίριο, καθώς και στα κτίρια με ύψος μεγαλύτερο από 28 μ.

- Αυτόματο σύστημα καταιονητήρων όπου απαιτείται για κάθε κτίριο ανάλογα με τη χρήση του.

- Αυτόματο σύστημα πυρανίχνευσης στους επικίνδυνους χώρους και όπου απαιτείται για κάθε κτίριο ανάλογα με τη χρήση του.

- Αυτόματο σύστημα κατάσβεσης ολικής κατάκλισης ή τοπικής εφαρμογής όπου απαιτείται.

- Φορητοί πυροσβεστήρες.

- Βοηθητικά εργαλεία και μέσα κ.λπ.

- Συγκρότηση και εκπαίδευση ομάδων πυροπροστασίας

Για κάθε κτίριο συντάσσεται μελέτη πυροπροστασίας κατά το στάδιο έκδοσης της οικοδομικής άδειας που εγκρίνεται η μεν μελέτη παθητικής από την Πολεοδομία, η δε μελέτη ενεργητικής πυροπροστασίας από την Πυροσβεστική Υπηρεσία.

Για τα υφιστάμενα κτίρια η έγκριση των μελετών πυροπροστασίας γίνεται μόνο από την Πυροσβεστική Υπηρεσία. Για τη χορήγηση της άδειας λειτουργίας εκτός των απλών περιπτώσεων απαιτείται πιστοποιητικά πυροπροστασίας.

Αύξηση των Πωλήσεων με Χρήση Εξειδικευμένης Μουσικής

“Γράφει, ο **Τάσος Τσαγκαρίδης**
Πωλητής, Οδηγός, Ηρακλείου Κρήτης

Η μουσική μπορεί να αποτελέσει ένα ιδιαίτερα σημαντικό κομμάτι της λειτουργίας κάθε επιχείρησης, αφού έχει τη δυνατότητα να φτιάχνει τη διάθεση, τόσο στους πελάτες, όσο και στο προσωπικό. Δύσκολα υπάρχει εργαζόμενος ή επισκέπτης που να προτιμήσει ένα βουβό χώρο ενός καταστήματος από έναν αντίστοιχο όπου θα ακούγονται οι κατάλληλες μελωδίες!

Αρκετές μελέτες δείχνουν ότι εκτός από τη καλή διάθεση, η αύξηση των πωλήσεων μπορεί να μετρηθεί και στην πράξη, με αύξηση του χρόνου παραμονής των πελατών στον χώρο του καταστήματος η οποία μπορεί να επιφέρει ουσιαστική αύξηση του τζίρου. Κανένας επιχειρηματίας και κανένας πωλητής-στέλεχος δεν θέλει βιαστικούς πελάτες που να μην αισθάνονται καλά στον επαγγελματικό τους χώρο. Αντιθέτως όλοι προτιμούν πελάτες ευδιάθετους, χαλαρούς και έτοιμους να αγοράσουν.

Η σημασία της μουσικής στο marketing, όπως διαπιστώθηκε από τη δεκαετία του 80 έχει επιβεβαιωθεί με πολλαπλές μελέτες μέχρι τις μέρες μας!

Οι μελέτες λουπόν όλες δείχνουν ότι το είδος της μουσικής έχει τεράστια σημασία, ενώ ο ρυθμός και η ένταση του ήχου επίσης είναι σημαντικοί παράμετροι, ανάλογα και με την επιχείρηση.

Για παράδειγμα, ο πελάτης χρειάζεται σχετικά γρήγορη μουσική σε καταστήματα όπου γίνεται άμεση κατανάλωση καθημερινών προϊόντων όπως λ.χ σε χώρο καφετέριας, χαλαρή μουσική σε χώρους όπου ο πελάτης πρέπει να λάβει μια σοβαρή απόφαση όπως λ.χ. σε ένα ασφαλιστικό γραφείο, ενώ ανέμελη μουσική σε καταστήματα που χρειάζονται να κρατήσουν περισσότερο τον πελάτη όπως λ.χ. σε σούπερ μάρκετ!

Ειδικές μελέτες, έχουν συγκεκριμενοποιήσει τη χρήση της μουσικής ώστε να καλυφτούν οι ανάγκες των σύγχρονων επαγγελματιών χώρων. Συμπερασματικά εκτός από το ρυθμό και την ένταση της μουσικής, μεγάλη προσοχή πρέπει να δίνεται και στο είδος, ώστε να ταιριάζει με το κοινό που θέλει να προσεγγίσει η κάθε επιχείρηση.

Για παράδειγμα η μουσική pop ταιριάζει σε νεότερο κοινό, ενώ η κλασική σε μεγαλύτερες ηλικίες. Εδώ χρειάζεται να επισημάσουμε ότι εκείνα που σίγουρα δεν βοηθάνε είναι τα εξής:

- μουσική που δεν ταιριάζει με το χώρο
 - οι συνεχείς διακοπές για διαφημίσεις και παρεμβάσεις
 - η πολύ υψηλή ένταση
 - η μεταβαλλόμενη ένταση
 - η μουσική που μπορεί να αρέσει στο προσωπικό αλλά είναι ιδιαίτερα (λ.χ ποιός πελάτης θα μπορεί να ευχαριστηθεί άραγε τη μουσική death-metal όταν πίνει το καφεδάκι του);
- Εδώ να τονίσουμε ότι δεν κρίνουμε τη μουσική, όμως είναι σαφές πως δεν είναι όλα τα είδη μουσικής κατάλληλα για επαγγελματικούς χώρους!

Η κατάλληλη μουσική μπορεί να επηρεάσει θετικά την αίσθηση του χρόνου και του χώρου στους πελάτες και να βελτιώσει αισθητά την εικόνα της κάθε επιχείρησης όπως αντίστροφα και η λάθος επιλεγμένη μουσική μπορεί να διώξει τους επισκέπτες νωρίτερα, να τους πανικοβάλλει, να τους εκνευρίσει με συνέπεια να τους δημιουργήσει αρνητική εικόνα. Για αυτό θα πρέπει να γίνει κοινώς αντιληπτό ότι η μουσική που ακούμε για να “έρθουμε στο κέφι” δεν έχει την παραμικρή σχέση με τη μουσική που ταιριάζει και χρειαζόμαστε σε έναν επαγγελματικό χώρο. Οι προσωπικές μας μουσικές επιθυμίες για το ταξίδι ή την εκδρομή με το αυτοκίνητο ή για τα γενέθλια του φίλου μας, μπορεί να είναι όντως καταπληκτικές. Το πιθανότερο όμως είναι ότι αυτού του είδους η μουσική δεν θα ταιριάζει και στην επιχείρησή μας!

Η μουσική πρέπει να παίζει στο υπόβαθρο και να είναι προσεκτικά ρυθμισμένη, ώστε να επιδρά στους πελάτες θετικά δίχως να γίνεται έντονη, φορτική και κυρίως χωρίς να τους αποσπά την προσοχή από τον ουσιαστικό στόχο, που είναι το προϊόν ή οι υπηρεσίες! Όσο κι αν φαίνεται περίεργο, σίγουρα κανένας επιχειρηματίας ή πωλητής δεν θα ήθελε με τίποτα, λίγο πριν αποφασίσει ο πελάτης να επιλέξει την εταιρεία του για ένα προϊόν, να αρχίσει να τραγουδά στίχους γνωστού λαϊκού τραγουδιού ή να χορεύει με την παρέα του και να αποσπαστεί η προσοχή του. Αυτό ενδεχομένως να κοστίζει σε χρόνο, αλλά και σε απώλεια πώλησης!

“**Η κατάλληλη μουσική μπορεί να επηρεάσει θετικά την αίσθηση του χρόνου και του χώρου στους πελάτες**”

Η σωστή διαδικασία της μουσικής κάλυψης μιας επιχείρησης ξεκινάει απαραίτητα με την κατάλληλη βελτίωση του ήχου έτσι ώστε να ακούγεται σωστά σε όλους τους χώρους, και περιέχει χαρακτηριστικά όπως η ομοιόμορφη ένταση καθόλην τη διάρκεια της αναπαραγωγής και η σωστά εξειδικευμένη επιλογή μουσικών κομματιών για το χρόνο παραμονής των επισκεπτών στον επαγγελματικό χώρο. Είναι φυσικό όλα τα παραπάνω να μην ταιριάζουν απαραίτητα με τη συνήθη εμπορική μουσική, η οποία είναι φτιαγμένη για εντελώς διαφορετική χρήση. Ο επαγγελματίας συνεπώς πρέπει να εμπιστευτεί τη μουσική υπόκρουση της επιχείρησής του σε ειδικούς, μειώνοντας ταυτόχρονα το κόστος και τους νομικούς κινδύνους.

Εν κατακλείδι με πολύ απλά βήματα, οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν την κατάλληλη μουσική στο πελατειακό τους κοινό αλλά και στους εργαζομένους τους και να βελτιώσουν την εικόνα τους, κάτι το οποίο η επιστημονική έρευνα και το σύγχρονο marketing το επιβάλλουν!

Η Φωτιά σε αφορά

“Γράφει, ο **Γιάννης Παυλόπουλος**
Εξωτερικός Πωλητής, Πωλήσεις Πυρ/κών Αττικής & Κεντρικής Ελλάδος

Με αφορμή την πρόσφατη καταστροφική πυρκαγιά στο Μάτι Αττικής και τα τραγικά αποτελέσματα της τόσο σε απώλειες ανθρώπινων ζωών όσο σε περιουσίες αλλά και στην μεταβολή όλου του οικοσυστήματος της ευρύτερης περιοχής της Ανατολικής Αττικής, κάθε πολίτης πρέπει αφυπνιστεί και να κατανοήσει ότι η πυρκαγιά δεν είναι εικόνες καταστροφής στην τηλεόραση, είναι μία κατάσταση που τον αφορά και μπορεί να ανατρέπει την ζωή του ανά πάσα στιγμή.



Ανεξάρτητα των αιτιών εκδήλωσης, πρέπει ο καθένας να αναλογιστεί τις ευθύνες του. Εύκολα μετά από μία καταστροφή πολλοί σπείδουν να κατηγορήσουν, να βρουν τους υπεύθυνους, ενώ οι ίδιοι ποτέ δεν έχουν μεριμνήσει για τη δική τους ασφάλεια, της οικογενείας τους ή της γειτονιάς τους.

Προμηθευτείτε τους κατάλληλους πυροσβεστήρες και μάθετε την χρήση τους. Τοποθετήστε τους κοντά στην έξοδο ενός χώρου, σε προσεγγιστές θέσεις ώστε να μπορείτε να καταπολεμήσετε την φωτιά με ασφάλεια. Διαβάστε τις οδηγίες χρήσης, γνωρίστε τον τρόπο που μπορείτε να ελέγξετε την καλή κατάσταση ενός πυροσβεστήρα με τον απλό έλεγχο π.χ. της ένδειξης του μανομέτρου.

• Μην αφήνετε αναμμένα τσιγάρα πουθενά. Μπορούν εύκολα να αναποδογυρίσουν καθώς καίγονται, να πέσουν στο χαλί ή σε μια εφημερίδα και να προκαλέσουν πυρκαγιά. Σβήστε τα καλά στο σταχτοδοχείο και βρέξτε τα με νερό, **πριν τα πετάξετε στα σκουπίδια!** Αρκετές φωτιές εκδηλώνονται από καπνιστές που αποκοιμήθηκαν.

• Μην αφήνετε μαγειρικά σκεύη χωρίς επίβλεψη. Απομακρύνετε τα από την εστία θερμότητας αν χρειαστεί να φύγετε από την κουζίνα. Πάντα να υπάρχει στην κουζίνα πυροσβεστήρας για την άμεση καταστολή πιθανής πυρκαγιάς. Υπάρχουν πυροσβεστήρες που μπορούν να καταστείλουν πυρκαγιές που οφείλονται σε μαγειρικά λίπη.

• Μην αποθηκεύετε εύφλεκτα υγρά στο σπίτι. Βεβαιωθείτε ότι όλα τα παράθυρα και οι πόρτες του σπιτιού ανοίγουν εύκολα, σε περίπτωση που χρειαστεί να διαφύγετε άμεσα. Όταν είστε μέσα στο σπίτι, διατηρείτε τα κλειδιά πίσω από τις κλειδωμένες πόρτες. Ετοιμάστε ένα σχέδιο διαφυγής από το σπίτι σε περίπτωση πυρκαγιάς και εξασκηθείτε στην εφαρμογή του. Το σχέδιο πρέπει να περιλαμβάνει δυο διαφορετικούς δρόμους διαφυγής από κάθε δωμάτιο αν είναι δυνατόν και ένα ασφαλές σημείο συνάντησης έξω από το σπίτι και ποτέ μην χρησιμοποιείτε τον ανελκυστήρα.

• Δεν πετάμε ποτέ αναμμένα τσιγάρα όταν κινούμαστε σε αγροτική ή δασική περιοχή.

• Καθαρίζουμε τη στέγη, τις βεράντες, την αυλή μας από σκουπίδια, ξερά χόρτα, κλαδιά και πευκοβελόνες. Κλαδεύουμε τα ξερά κλαδιά και τους θάμνους γύρω από το σπίτι σε ασφαλή ακτίνα δημιουργώντας αντιπυρικές ζώνες. Οι σωροί με τα καυσόξυλα και άλλα εύφλεκτα υλικά πρέπει να τοποθετούνται σε απόσταση ασφαλείας από το σπίτι.

• Αποφεύγουμε τις υπαίθριες εργασίες που ενδεχομένως να προκαλέσουν πυρκαγιά. Να υπάρχει τουλάχιστον μια βρύση με λάστιχο αρκετά μακριά στην αυλή του σπιτιού ώστε να καλύπτει όλους τους χώρους σε περίπτωση πυρκαγιάς. Σε περιοχές με έντονη βλάστηση, σε δασικές περιοχές να υπάρχει στον αύλιο χώρο της οικίας, πυροσβεστικό συγκρότημα με δεξαμενή νερού ώστε σε περίπτωση διακοπής του ρεύματος ή του νερού να γίνεται ενεργοποίηση του συστήματος. Καθαρίζουμε τους αγρούς που συνουρεύουν με δασικές εκτάσεις, δρόμους και κατοικημένες περιοχές. Δεν εγκαταλείπουμε απορρίμματα κοντά ή μέσα σε δάση.

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι σε τυπικούς ελέγχους της τροχαίας η πλειονότητα των οδηγών δεν διαθέτει πυροσβεστήρα στο αυτοκίνητο του. Ο πυροσβεστήρας στο αυτοκίνητο μπορεί να σώζει ζωές τόσο κατά την εκδήλωση πυρκαγιάς από μηχανική βλάβη, όσο και στην περίπτωση σύγκρουσης με ταυτόχρονη ανάφλεξη του οχήματος. Ποτέ ξανά να μην θρηνήσουμε άλλα θύματα από πυρκαγιά. Πρέπει να γίνει συνείδηση όλων ώστε να μην επαναληφθεί στο μέλλον ανάλογο συμβάν. Προφανώς πρωταρχικό ρόλο έχει η πολιτεία, όμως κάθε πολίτης ως μονάδα οφείλει να λαμβάνει τα μέτρα του. Η φωτιά σε αφορά!

Κέντρο Διανομής Βορείου Ελλάδος

“Γράφει, ο **Σάκης Μποδοσάς**
Υπεύθυνος Κέντρου Διανομής Βορείου Ελλάδας & Βαλκανίων

Στις 29 Οκτωβρίου 2013 ολοκληρώθηκε η μετεγκατάσταση του κέντρου διανομής βόρειου Ελλάδος και βαλκανίων στις νέες εγκαταστάσεις στην οδό Αρκάδιου 8 στο Καλοχώρι με στόχο τότε την βελτίωση σε όλους τους τομείς που διέπουν την λειτουργία μιας αποθήκης.

Πέντε χρονιά μετά, τα αποτελέσματα αυτής της κίνησης δικαίωσαν την διοίκηση της εταιρείας σε μέγιστο βαθμό. Το εργασιακό περιβάλλον για τους υπάλληλους της MOBIAK έγινε πιο άνετο και πιο χρηστικό για αυτούς, φέροντας εις πέρας το καθημερινό έργο τους για την εξυπηρέτηση των πελατών. Οι πελάτες της MOBIAK που εξυπηρετούνται από το κέντρο διανομής πλέον, ερχόμενοι στον χώρο για την παραλαβή των εμπορευμάτων τους οι παραδόσεις είναι πιο εύκολες και γρηγορότερες ώστε να μην χάνουν τον πολύτιμο χρόνο τους.

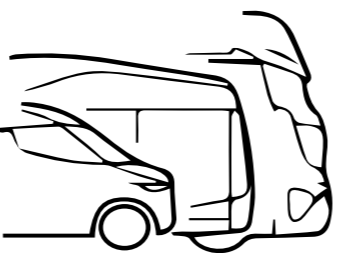
Οι μεταφορικές εταιρείες που καθημερινά προσέρχονται στον χώρο με τις δυο υδραυλικές ράμπες που διαθέτει η αποθήκη, η φόρτωση τους πλέον είναι ζήτημα λίγων λεπτών ακόμα και αν πρόκειται για “full truck”. Τα ιδιόκτητα φορτηγά της εταιρείας με την χρήση των ραμπών έχουν ελαχιστοποιήσει τον χρόνο φορτώματος για το καθημερινό δρομολόγιο τους ώστε να διανέμουν έγκαιρα και με ασφάλεια τα εμπορεύματα των πελατών της MOBIAK.



Συνεχίζοντας την καθημερινή προσπάθεια για βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχει η MOBIAK μέσω του κέντρου Διανομής Βόρειου Ελλάδος για τους πελάτες της, ελπίζω το 2019 τα αποτελέσματα της χρήσης της αποθήκης να είναι εξίσου ικανοποιητικά όπως και έως σήμερα.

Transport Show

Παιανία 2018



Γράφει, ο **Μάνος Στεφανογιάννης**
Υπεύθυνος Πωλήσεων Πυρ/κού Εξοπλισμού Ελλάδος

Η MOBIAK είχε την χαρά να παρευρεθεί στην 3η Διεθνή Έκθεση Επαγγελματικών Οχημάτων, Τεχνολογίας μεταφορών και Logistics **“Transportshow 2018”**, η οποία πραγματοποιήθηκε φέτος στο MEC Παιανίας το τετράημερο 18-21 Οκτωβρίου.

Η συγκεκριμένη έκθεση, η οποία αποτελεί την μεγαλύτερη των Βαλκανίων όσον αφορά την Επαγγελματική Αυτοκίνηση, αναδεικνύεται πλέον ως το σημείο αναφοράς των τεχνολογικών εξελίξεων του ευρωπαϊκού Transport Industry στην Ελλάδα. Το Transportshow 2018 χαρακτηρίστηκε από την ευρεία και δυναμική συμμετοχή των Ελλήνων εισαγωγέων – αντιπροσώπων επαγγελματικών αυτοκινήτων, αλλά και την πολύ υψηλή επισκεψιμότητα, η οποία εκτιμάται ότι ξεπέρασε τους 30.000 ανθρώπους.



Η MOBIAK, συμμετείχε στην έκθεση με δικό της περίπτερο και πενταμελή ομάδα, η οποία είχε ως στόχο την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση του κοινού όσον αφορά την παρουσία πυρόσβεσης στα οχήματα (επαγγελματικά ή μη), η οποία κρίνεται παραπάνω από απαραίτητη. Το προσωπικό της εταιρίας μας ενημέρωσε τόσο το ευρύ κοινό που επισκέφθηκε το περίπτερο μας, όσο και τις μεγάλες εταιρίες επαγγελματικών αυτοκινήτων, με παρουσιάσεις στα δικά τους περίπτερα.

Ταυτόχρονα, είχαμε την ευκαιρία να παρουσιάσουμε τα είδη και τα συστήματα της εταιρίας μας, με ναυαρχίδα το σύστημα πυρόσβεσης λεωφορείων KYDON. Καθώς τα 2/3 των πυρκαγιών στα λεωφορεία ξεκινούν από το χώρο της μηχανής, η Οικονομική Επιτροπή Ηνωμένων Εθνών για την Ευρώπη (UNECE) θέσπισε τον κανονισμό R107, ο οποίος καθιστά υποχρεωτική την ύπαρξη αυτόματου συστήματος πυρόσβεσης για όλα τα νέα λεωφορεία κλάσης I, II, III. Ο συγκεκριμένος κανονισμός αναμένεται να εφαρμοστεί πλήρως έως το Σεπτέμβριο του 2020 σε Ευρώπη, Τουρκία, Αίγυπτο και Ρωσία. Εκτός του συστήματος KYDON, παρουσιάστηκε ακόμα το σύστημα ΦΕΙΔΙΑΣ για χρήση κυρίως σε επιβατικά οχήματα, όπως επίσης και όλος ο συναφής με αυτοκίνηση εξοπλισμός της εταιρίας μας (φορητοί πυροσβεστήρες, τρίγωνα, φαρμακεία, βάσεις, θήκες και πολλά ακόμα).



Η MOBIAK με την παρουσία της στο Transportshow 2018, μένει πιστή στη φιλοσοφία της να δίνει το παρών σε μεγάλες εκθέσεις, ενημερώνοντας το ευρύ κοινό για την ανάγκη πυρόσβεσης και τα είδη της. Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε ιδιαίτερα το πλήθος συνεργατών που επισκέφθηκαν το περίπτερο μας, αναγνωρίζοντας ότι κινήσεις όπως αυτή είναι προς το συνολικό συμφέρον του κλάδου αλλά και των εταιριών τους. Τέλος, θα θέλαμε να σας παρακινήσουμε να επισκεφθείτε τον ανανεωμένο ιστότοπό μας www.mobiak.gr και να κατεβάσετε το δεκάσελιδο φυλλάδιό μας **“Πυροσβεστικός Εξοπλισμός για Χρήση σε Οχήματα”**. Το συγκεκριμένο φυλλάδιο, δημιουργήθηκε με αφορμή την συγκεκριμένη έκθεση και θεωρούμε ότι θα σας βοηθήσει αρκετά στην προώθηση των σχετικών ειδών.

Επιτυχημένη

Διαφημιστική Προβολή

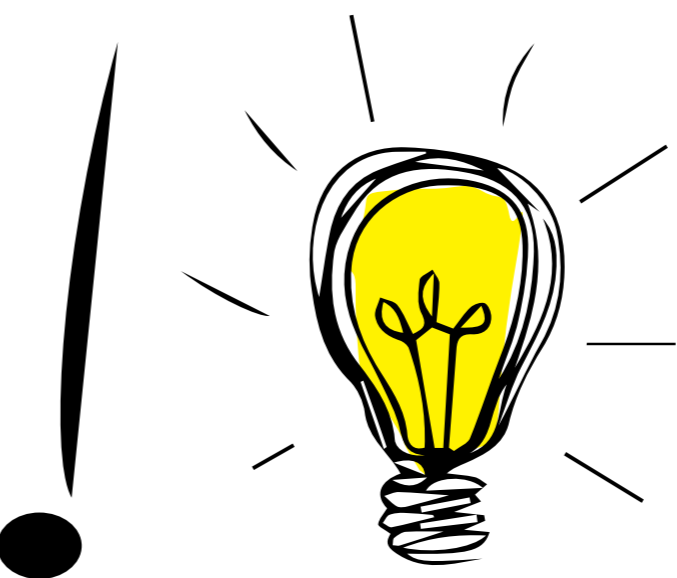
Γράφει, ο **Αλέξανδρος Μπολάνης**

Τμήμα Πωλήσεων, MOBIAKFIRE Ελλάδος

Όταν βρίσκεστε στο τιμόνι μιας επιχείρησης επιδιώκεται να βρείτε μεθόδους για να γνωστοποιήσετε τα εμπορεύματά σας στο ευρύ καταναλωτικό κοινό. Για να το κάνετε αυτό υπάρχουν διάφοροι τρόποι, ωστόσο εδώ θα ασχοληθούμε αποκλειστικά με την διαφημιστική προβολή.

Είναι σαφές ότι ακόμη και αν κατασκευάζετε ή διαθέτετε το καλύτερο προϊόν που υπάρχει στο εμπόριο, αν το γνωρίζετε μόνο εσείς και η παρέα σας, τότε προφανώς θα μείνει στα αζήτητα και απλά θα πάει όλη η προσπάθειά σας χαμένη.

Το ζήτημα αυτό απασχολεί σχεδόν όλα τα άτομα που δραστηριοποιούνται στον τομέα του μάρκετινγκ. Όποιος κι αν είναι ο ρόλος σας σε μία επιχείρηση, θα θελήσετε να αυξήσετε τις πωλήσεις σας κάνοντας αναγνωρίσιμο το προϊόν σας και αυτό μπορεί να είναι εφικτό να πραγματοποιηθεί με μια έξυπνη διαφημιστική εκστρατεία. Παρακάτω ακολουθούν μερικές πολύ χρήσιμες προτάσεις και συμβουλές για να μπορέσετε να επιτύχετε την διαφημιστική προβολή σας.



Αγορά διαφημιστικού χώρου-χρόνου σε παραδοσιακά μέσα, ραδιόφωνο, τηλεόραση, εφημερίδες.

Το διαδίκτυο έχει φέρει επανάσταση στη διαδικασία προώθησης ενός προϊόντος, αλλά τα «παραδοσιακά» μέσα διαφήμισης όπως ραδιόφωνο, εφημερίδα και τηλεόραση, δεν πρέπει να θεωρούνται απαξιωμένα και πρέπει να είναι κομμάτι της έμπνευσής σας. Ακολουθούν μερικά από τα πιο κοινά σημεία που μπορεί να θέλετε να διαφημιστείτε:

Ραδιόφωνο: Οι διαφημίσεις βασίζονται αποκλειστικά στον ήχο, οπότε ίσως χρειαστεί να είστε δημιουργικοί για να μεταφέρετε αποτελεσματικά το μήνυμά σας. Μία έξυπνη ατάκα ή ένα ωραίο σύνθημα μπορεί να σας κάνει viral για πολύ καιρό.

Εφημερίδες & περιοδικά: Οι διαφημίσεις εδώ είναι αποκλειστικά οπτικές, επομένως επικεντρωθήτε στις εικόνες που τραβούν την προσοχή. Η τιμή της διαφήμισης συνήθως βασίζεται στο μέγεθός της, Σε μια πλήρη σελίδα το κόστος είναι πιο ακριβό, κ.λ.π.

Τηλεόραση: Οι διαφημίσεις ενσωματώνουν ήχο και εικόνα. Υπάρχουν πολλές επιλογές εδώ, αλλά οι σύντομες διαφημίσεις είναι πάντοτε φθηνότερες, γι 'αυτό προσπαθήστε να κάνετε τη διαφήμισή σας όσο το δυνατόν μικρή σε χρονική διάρκεια. Μπορεί να θέλετε να μιλήσετε για μια γρήγορη ιστορία, να χρησιμοποιήσετε ένα αστέιο ή απλά να συγκρίνετε το προϊόν σας με κάποιο ανταγωνιστικό.

Ηλεκτρονική διαφήμιση: Το Διαδίκτυο δημιούργησε ένα τεράστιο νέο μέσο για τη διαφήμιση, ωστόσο, μειονέκτημα της διαδικτυακής διαφήμισης είναι ότι πολλοί διαδικτυακοί χρήστες αποφεύγουν ενεργά τη διαφήμιση, χρησιμοποιώντας πρόσθετα στο πρόγραμμα περιήγησης για τον αποκλεισμό διαφημίσεων, φίλτρα ανεπιθύμητης αλληλογραφίας και άλλα κόλλα για να εξαλείψουν την πλειοψηφία των διαφημίσεων από την θετική εμπειρία περιήγησης. Ακολουθούν μερικές (καλές και κακές) ευκαιρίες για πληρωμένη διαφήμιση μέσω διαδικτύου:

Διαφημίσεις με αναδυόμενα παράθυρα (Pop-up ads) Αναμφισβήτητα αυτό το είδος θεωρείται το πιο ενοχλητικό, όπως και όλες οι σχετικές παραλλαγές) Για όσους δεν γνωρίζουν, είναι οι διαφημίσεις που εμφανίζονται ως παράθυρα στην οθόνη του χρήστη από έναν ιστότοπο. Δεδομένου ότι αυτές οι διαφημίσεις θεωρούνται συνήθως ως ενόχληση παρά ως θετική ενέργεια, καλό θα είναι να τα αποφεύγετε γιατί πρόκειται για μία πολύ κακή ιδέα.

Διαφημίσεις banner: Όπως και οι διαφημίσεις σε ένα περιοδικό, αυτές οι διαφημίσεις κάθονται δίπλα στο περιεχόμενο της σελίδας. Παρόλο που δεν είναι τόσο ενοχλητικές όσο οι αναδυόμενες διαφημίσεις, αυτές συχνά αποκλείονται και δεν εμφανίζονται στο χρήστη, εξαιτίας του Ad-block (πρόσθετο αποκλεισμού διαφημίσεων).

Διαφημίσεις μηχανών αναζήτησης: Αυτές οι διαφημίσεις εμφανίζονται στην κορυφή (ή στις πλευρές ή στο κάτω μέρος) των αποτελεσμάτων της μηχανής αναζήτησης, όταν ένας πιθανός πελάτης αναζητά λέξεις-κλειδιά που σχετίζονται με το προϊόν σας. Ορισμένες μηχανές αναζήτησης προσφέρουν ευνοϊκό σύστημα πληρωμών με βάση τα αποτελέσματα – δηλαδή, θα πληρώσετε μόνο αν οι χρήστες κάνουν κλικ στις διαφημίσεις σας – καθιστώντας αυτήν την επιλογή ως την πιο έξυπνη από ό, τι άλλες ηλεκτρονικές διαφήμισης.

Αναζητήστε δωρεάν ή πολύ φτηνές ευκαιρίες διαφήμισης. Σαφώς οι πληρωμένοι τρόποι διαφήμισης θεωρούνται πιο αποτελεσματικοί, όμως υπάρχουν και άλλες σημαντικές μέθοδοι που δεν κοστίζουν. Δεδομένης μάλιστα της οικονομικής κρίσης οι επιχειρήσεις δυσκολεύονται να διαθέσουν παραπάνω πόρους, ειδικά οι νέες και αναγκάζονται να αναζητούν τρόπους δωρεάν ή φτηνής διαφήμισης. Κάποιοι τρόποι για να διαφημίσετε με μικρό σχετικά κόστος ή ακόμα και δωρεάν είναι οι παρακάτω:

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media): Δεδομένου ότι είναι δωρεάν η εγγραφή για ένα επιχειρηματικό λογαριασμό στο Facebook, όπως και στους περισσότερους άλλους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης, σας δίνεται η ευκαιρία να αξιοποιήσετε αυτό το αγαθό ούτως ώστε να διατηρεί η επιχείρησή σας αισθητή παρουσία σε αυτά τα δίκτυα

Φυλλάδια: Το βασικό κόστος είναι η εκτύπωση των φυλλαδίων. Η διανομή φυλλαδίων μπορεί να είναι ένας αρκετά φτηνός τρόπος για να προβληθείτε.

Χορηγία σε φιλανθρωπικό οργανισμό ή σε εκδήλωση: Πολλές φιλανθρωπικές και μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, όπως για παράδειγμα, ραδιοφωνικοί σταθμοί τοπικών ποδοσφαιρικών ομάδων, ακτιβιστικές οργανώσεις κλπ, ζητούν από τους χορηγούς να συνεισφέρουν (ή να αναλάβουν) τα έξοδά τους. Σε αντάλλαγμα, οι οργανώσεις αυτές προσφέρουν συνήθως δωρεάν διαφήμιση. Για μέγιστη σχέση κόστους-αποτελεσματικότητας, αναζητήστε τους οργανισμούς που ζητούν σχετικά μικρές συνεισφορές, όπως ένα μικρό ποσό χρημάτων ή εξοπλισμό που δεν χρησιμοποιείται.

Συνδέστε το προϊόν σας με ένα αξέχαστο σύνθημα ή ατάκα. Ένας πολύ καλός τρόπος για να αυξήσετε τις πιθανότητες επιτυχίας της διαφημιστικής καμπάνιας σας είναι να δημιουργήσετε μια ελκυστική, αξέχαστη ατάκα ή σύνθημα και να την χρησιμοποιήσετε σε κάθε διαφήμιση. Τα taglines και τα jingles λειτουργούν απευθείας στο υποσυνείδητο του ανθρώπου, καθιστώντας ευκολότερο για τους πελάτες να θυμούνται ένα συγκεκριμένο προϊόν όταν το χρειάζονται. Εφόσον καταφέρετε να διακριθείτε με αυτό τον τρόπο, θα σημαίνει αύξηση των πωλήσεων και της εμπιστοσύνης του εμπορικού σήματος για εσάς! Όλα τα παραπάνω αποτελούν προτάσεις και συμβουλές τις οποίες μπορούν να ακολουθήσουν μεγάλες αλλά και μικρές επιχειρήσεις για να επιτύχουν την προβολή τους και την αύξηση των πωλήσεων τους. Προσπαθήστε να εφαρμόσετε και εσείς κάποιες από αυτές και θα βγείτε κερδισμένοι.

“Εμβόλιο” για Δύσκολους Πελάτες

“Γράφει, η **Σοφία Ψυλλάκη**
Τμήμα Πωλήσεων, MOBIAFIRE Ελλάδος

Πώς να διαχειριστούμε “δύσκολους πελάτες”. Δυστυχώς, συμβαίνει συχνά, ίσως και εμείς οι ίδιοι, να έχουμε χαρακτηριστεί έτσι κάποια στιγμή!

Αν και οι σωστά οργανωμένες επιχειρήσεις κάνουν τα πάντα ώστε να μη γίνει συμβεί ποτέ, υπάρχει πάντα η πιθανότητα (ακόμα και χωρίς την ευθύνη της επιχείρησης ή του προσωπικού που έρχεται σε επαφή με τον πελάτη) να πρέπει να διαχειριστούμε έναν οργισμένο πελάτη. Έναν πελάτη που διαμαρτύρεται, φωνάζει ή ακόμα και απειλεί τον επιχειρηματία ή το προσωπικό. Ακόμα και τηλεφωνικά. Δεν εξετάζουμε το αν έχει ή δεν έχει δικαιοσύνη. Αυτό είναι κάτι που πρέπει να μας απασχολήσει σε επόμενο βήμα ως μέρος της πολιτικής μιας επιχείρησης, για δημιουργία καλύτερης και πιο ευχάριστης εμπειρίας όσων πελατών την επιλέγουν. Μας απασχολεί όμως η διατήρηση της ψυχραιμίας, της δικής μας (του επιχειρηματία ή του προϊσταμένου αν παρίσταται), του προσωπικού καθώς και άλλων πελατών ή συνεργατών που μπορεί να βρίσκονται στον ίδιο χώρο. Η ένταση μεταξύ μιας ομάδας ανθρώπων λειτουργεί σαν «ιός» και μεταδίδεται ασυνείδητα σε όσους έρθουν σε επαφή με τον «φορέα». Εκτός και αν υπάρχει η συγκεκριμένη σωστή και συνειδητά επιλεγμένη αντιμετώπιση. Πρέπει λοιπόν να έχουμε κάνει την κατάλληλη προετοιμασία, να έχουμε πάρει δηλαδή το απαραίτητο «εμβόλιο» μέσα από ειδική εκπαίδευση αντιμετώπισης ανάλογων περιπτώσεων.

“ Η ένταση μεταξύ μιας ομάδας ανθρώπων λειτουργεί σαν «ιός» και μεταδίδεται ασυνείδητα σε όσους έρθουν σε επαφή με τον «φορέα» ”

Μια τέτοια εκπαίδευση στηρίζεται σε διακριτά βήματα και σε κάποιες παραδοχές.

- Αποδεχθείτε το δικαίωμα του «πελάτη» να είναι εκνευρισμένος, ακόμα και οργισμένος. Λάθη συμβαίνουν και από τις δύο «πλευρές» (αν και θεωρώ πως πάντα «πελάτης» και επιχείρηση πρέπει να νιώθουν στην ίδια «πλευρά» για να υπάρχει μια υγιής και κοινά αποδοτική σχέση). Αφήστε τον πελάτη να «μιλήσει».



- Διατηρείστε την ψυχραιμία σας. Τίποτα δεν είναι προσωπικό. Ακόμα και απειλές ή ύβρεις, εκείνη τη στιγμή εκφράζουν την συναισθηματική φόρτιση και δεν αφορούν κανέναν προσωπικά. Κρατήστε στα χέρια σας τον έλεγχο της κατάστασης με το να ελέγξετε πρώτα από όλα τα δικά σας συναισθήματα. Ίσως έχει γίνει κάποιο λάθος σε μια παραγγελία, ίσως έχει λάβει ελαττωματικό προϊόν, ίσως κάνει λάθος ο ίδιος ο πελάτης. Ακούστε προσεκτικά και σημειώστε αν μπορείτε τις λέξεις και τις φράσεις που χρησιμοποιεί για να περιγράψει το πρόβλημα. Δείξτε αληθινό ενδιαφέρον.

- «Ελάτε» στη θέση του. Με προσεγγμένες λέξεις, με στάση και ύφος που να δείχνουν κατανόηση, επαναλάβετε τις φράσεις που χρησιμοποιεί (χωρίς τα όποια «κοσμητικά» επίθετα) ώστε να επιβεβαιώσετε και σε αυτόν πως καταλάβατε το πρόβλημα. Μη ζητήσετε ή πιο σωστά, μην απαιτήσετε να ηρεμήσει. Τα συναισθήματα δεν ακολουθούν εντολές. Αυτό θα επέλθει ως φυσική εξέλιξη της συζήτησης. Δοκιμάστε να «δημιουργήσετε μέσα σας» ότι θα νιώθατε εάν είχε συμβεί κάτι αντίστοιχο και σε εσάς.

“ Αποδοχή - Ψυχραιμία - Κατανόηση ”

Προσοχή!

Μην κατηγορήσετε ποτέ (ευθέως ή πλαγίως) τον ίδιο, την επιχείρηση που εργάζεστε ή άλλο συναδέλφο.

- Αναλάβετε την ευθύνη του προβλήματος. Όχι το φταίξιμο, αλλά την ευθύνη της διευθέτησης. Κάντε εκείνες τις διορθωτικές κινήσεις που απαιτούνται και ενημερώστε τον πελάτη για τη διαδικασία. Δείξτε κατανόηση. Λάθη συμβαίνουν.
- Ζητήστε ειλικρινά συγνώμη. Κάντε τον πελάτη σας να πιστέψει πως θέλετε να τον ικανοποιήσετε και όχι να το ξεφορτωθείτε ή να τον εξαπατήσετε.
- Σημειώστε τα ευρήματα της κάθε περίπτωσης. Τι «δούλεψε» όπως έπρεπε; Ποια διαδικασία ή προϊόν παρουσιάζει ανάγκη για βελτίωση; Καταγράψτε τα βασικά στοιχεία μιας (αρχικά) δυσάρεστης εμπειρίας.
- Κάντε ένα διάλειμμα. Το έχετε ανάγκη. Αν υπάρχει η δυνατότητα, βγείτε να πάρετε καθαρό αέρα ή κάνετε ότι άλλο σας απομακρύνει από το χώρο που υπήρξε η ένταση. Έστω για 5 λεπτά.



Σημαντικό!

Μείνετε μόνοι. Μην «δαπανήσετε» το διάλειμμά σας με συναδέλφους ή φίλους μιλώντας για ότι συνέβη. Δε θα προσφέρει εκτόνωση αλλά ίσως συσσωρεύσει ακόμα περισσότερη ένταση. Ειδικά αν η πρόσφατη εμπειρία σας ταυτιστεί με μια ανάλογη ενός φίλου ή συναδέλφου, η αρνητική ενέργεια εκκινάσεται σε επικίνδυνα επίπεδα.

Με σωστή προετοιμασία και προγραμματισμό, περιπτώσεις σαν και αυτή θα γίνονται ολοένα και πιο σπάνιες και όταν συμβούν, η αντιμετώπισή τους θα είναι απλή.

Εξατομικευμένες Υπηρεσίες

“Γράφει, ο **Μανώλης Σταυρούλακης**
Τμήμα Πωλήσεων, MOBIAFIRE Ελλάδος

Μπορεί η εξατομικευμένη εμπειρία να είναι πιο ελκυστική για τους πελάτες; Σημαντικό ρόλο στην απήχηση μιας εξατομικευμένης υπηρεσίας διαδραματίζει ο παράγοντας της ψυχολογίας! Οι καταναλωτές εύχονται για μία εμπειρία που να είναι προσαρμοσμένη στα γούστα και στις ανάγκες τους, αφενός για πρακτικούς λόγους, αφετέρου υποκινούμενοι από κρυφές πτυχές της ψυχολογίας τους, που συχνά αγνοούν.

Άραγε, αυτό ισχύει σε κάθε περίπτωση; Δηλαδή, τόσο στην περίπτωση που ένας καταναλωτής αντιλαμβάνεται ότι βιώνει μία εξατομικευμένη εμπειρία (π.χ. σ' ένα στοχευμένο email, το οποίο ξεκινά με το όνομά του), όσο και στην περίπτωση που δεν το αντιλαμβάνεται; Η απάντηση είναι «ναι». Απλώς, κάθε φορά, οι ψυχολογικοί παράγοντες που κατευθύνουν τη συμπεριφορά του είναι διαφορετικοί. Τελικά, όμως, ποιοι είναι αυτοί οι παράγοντες;



Η δύναμη της οικειότητας

Ξεκινώντας από τις περιπτώσεις στις οποίες οι πελάτες σας δεν συνειδητοποιούν ότι τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες σας ακολουθούν τους κανόνες της εξατομικευμένης εμπειρίας, εντούτοις εξακολουθούν να τα προτιμούν πολύ περισσότερο έναντι άλλων. Γιατί συμβαίνει αυτό; Για έναν πολύ απλό λόγο: το αίσθημα της οικειότητας. Όταν οι καταναλωτές εκτίθενται σε ένα μήνυμα το οποίο είναι σχετικό με τις μέχρι τώρα προτιμήσεις τους, δημιουργείται αυτομάτως και ασυναίσθητα μέσα τους το ακαταμάχητο αίσθημα της οικειότητας. Και για κάθε καταναλωτή, η οικειότητα συνεπάγεται το ενδιαφέρον.

Τι σηματοδοτεί τη γέννηση αυτού του αισθήματος; Μα φυσικά, ο ανθρώπινος εγκέφαλος και, πιο συγκεκριμένα, το σύστημα RAS (Reticular Activating System) – ένα μικρό τμήμα στο κάτω μέρος του εγκέφαλου. Κάθε ερέθισμα του περιβάλλοντος περνάει πρώτα μέσα από το RAS, όπου γίνεται ένα «ξεσκαρτάρισμα». Αν το ερέθισμα παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον οργανισμό, μπορεί να προχωρήσει στο υπόλοιπο μέρος του εγκέφαλου. Διαφορετικά, επισημαίνεται ως άχρηστο και απορρίπτεται, προτού προλάβει να προκαλέσει οποιαδήποτε αντίδραση. Κάπως έτσι, προκύπτει και η λεγόμενη «επιλεκτική αντίληψη»!

Κατά συνέπεια, όταν μια πληροφορία θεωρηθεί από τον εγκέφαλο ενός ανθρώπου συναφής και οικεία προς αυτόν, άμεσα θα προσελκύσει το ενδιαφέρον του. Φέρτε στο νου σας το εξής παράδειγμα: Βρίσκεστε σ' ένα πάρτι και διάσπαρτες παρέες κουβεντιάζουν τριγύρω σας. Είναι πολύ εύκολο για εσάς να μη δίνετε την παραμικρή σημασία σ' όλες αυτές τις συνομιλίες, ακούγοντας απλώς ένα βουητό. Σκεφθείτε τώρα ότι κάποιος αναφέρει κάτι που σας αφορά. Ξαφνικά, η φωνή του ξεχωρίζει από το βουητό και τραβάει την προσοχή σας. Γιατί; Επειδή το RAS σας μόλις ανέλαβε δράση!

Ο πιο γλυκός ήχος
Γνωρίζετε ποιος είναι ο πιο γλυκός ήχος στα αυτιά κάθε ανθρώπου; Κι όμως, δεν είναι άλλος από τον ήχο του ίδιου του ονόματός του! Σύμφωνα με δημοσιευμένες μελέτες, στο άκουσμα του ονόματός μας, ενεργοποιούνται πολλαπλοί μηχανισμοί του εγκέφαλου μας, σε πολύ πιο έντονο βαθμό συγκριτικά με άλλα ερεθίσματα. Πρόκειται για μηχανισμούς που συνδέονται τόσο με την κοινωνική συμπεριφορά και τη μακροχρόνια μνήμη όσο και με την οπτική και ακουστική επεξεργασία. Φανταστείτε ότι πηγαίνετε για δεύτερη φορά σ' ένα εστιατόριο κι ο σερβιτόρος σάς αποκαλεί με το όνομά σας. Αυτό και μόνο αρκεί για να ξαφνιαστείτε ευχάριστα και να αποκτήσετε μία θετική προδιάθεση ως προς το γεύμα σας. Οι πιθανότητες να επισκεφθείτε και για τρίτη φορά το ίδιο εστιατόριο αυξάνονται δραματικά, ανεξάρτητα από το φαγητό που θα δοκιμάσετε.

Συμπέρασμα; Συγκρατήστε το όνομα του πελάτη σας και χρησιμοποιήστε το σε κάθε κατάλληλη περίπτωση – είτε offline είτε online!

“ Ο πιο γλυκός ήχος δεν είναι άλλος από τον ήχο του ίδιου μας του ονόματος ”

Η ανάγκη για έλεγχο

Μία από τις βαθύτερες ανθρώπινες ανάγκες είναι η ανάγκη για αίσθηση του ελέγχου. Όταν οι άνθρωποι νιώθουν ότι χάνουν τον έλεγχο μίας κατάστασης, κατακλύζονται από αισθήματα ανησυχίας και ανασφάλειας. Αντιθέτως, όταν οι καταναλωτές βιώνουν εξατομικευμένες εμπειρίες, ανακτούν την αίσθηση του ελέγχου. Στην πραγματικότητα, ίσως πρόκειται για απλή ψευδαίσθηση, καθώς είναι οι πωλητές και οι marketers που έχουν τον απόλυτο έλεγχο, παρά οι ίδιοι. Παρ' όλα αυτά, κάθε φορά που ένας πελάτης συναντά προσαρμοσμένο περιεχόμενο σε μια ιστοσελίδα ή λαμβάνει ένα εξατομικευμένο email, έχει κάθε λόγο να πιστεύει ότι κατά κάποιο τρόπο θέτει την κατάσταση υπό τον έλεγχό του. Αυτό ικανοποιεί μία βαθιά εσωτερική ανάγκη του και διώχνει προσωρινά κάθε αίσθημα ανασφάλειας.

“ Όταν οι άνθρωποι νιώθουν ότι χάνουν τον έλεγχο μιας κατάστασης, κατακλύζονται από αισθήματα ανησυχίας και ανασφάλειας ”

Η υπερφόρτωση πληροφοριών

Μέσα στους κατατρεγμένους ρυθμούς της εποχής μας, ο ανθρώπινος εγκέφαλος κινδυνεύει να βραχυκυκλωθεί εκτεθειμένος μπροστά στον υπερβολικό όγκο πληροφοριών και ερεθισμάτων. Σ' αυτό το σημείο, η εξατομικευμένη εμπειρία έρχεται να τον σώσει: ο πελάτης γλιτώνει τις περιττές πληροφορίες και βρίσκει απευθείας αυτό που αναζητά, δίχως χρονοτριβές και άσκοπη ταλαιπωρία. Έτσι, αποφορτίζει τη σκέψη του, αισθανόμενος παράλληλα ανακουφισμένος και ευγνώμων.



Εν κατακλείδι
Μην παραμελείτε ποτέ τον παράγοντα «ψυχολογία» σε κάθε στρατηγική κίνηση που σχετίζεται με τις πωλήσεις σας. Μελετώντας και ανακαλύπτοντας άγνωστες διαστάσεις του marketing, κατανοείτε πολύ καλύτερα τους πελάτες σας, αφουγκράζεστε ευκολότερα τις κρυφές επιθυμίες τους και αποκτάτε ένα ισχυρό ατού έναντι του ανταγωνισμού.

Εξαγωγική Δραστηριότητα

Γράφει, ο **Φώντας Μαναρόλης**
Ηλεκτρονικός Μηχαν. & Μηχ. Υπολογιστών,
Τμήμα Εξαγωγών, MOBIAKFIRE

Η οικονομική ανάπτυξη είναι ένας από τους κυριότερους στόχους κάθε χώρας στον κόσμο. Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για να υπάρξει οικονομική ανάπτυξη είναι και η εξαγωγική δραστηριότητα. Δεν είναι τυχαίο που οι πιο ανεπτυγμένες οικονομικά χώρες στον κόσμο έχουν και την μεγαλύτερη εξαγωγική δραστηριότητα.

Οι περισσότερες χώρες επιθυμούν να αυξήσουν τις εξαγωγές τους. Οι εταιρείες τους θέλουν να πουλήσουν περισσότερα. Εάν έχουν πουλήσει ό,τι μπορούν στον πληθυσμό της δικής τους χώρας, τότε θέλουν να προωθήσουν τα προϊόντα τους και στο εξωτερικό ώστε να διευρύνουν το αγοραστικό κοινό που απευθύνονται. Η εξαγωγή προϊόντων μπορεί να συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στην αύξηση των κερδών μιας επιχείρησης και κατ'επέκταση μιας ολόκληρης χώρας. Αυτό οφείλεται κυρίως στο ότι οι παραγγελίες προς το εξωτερικό είναι συνήθως μεγαλύτερες από εκείνες των τοπικών αγοραστών. Επιπλέον, αν τα προϊόντα θεωρούνται μοναδικά ή καινοτόμα στο εξωτερικό, τα κέρδη μπορούν να αυξηθούν γρήγορα σε ελάχιστο χρόνο. Όσο περισσότερο εξαγουν οι επιχειρήσεις μιας χώρας, τόσο μεγαλύτερο είναι το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα. Αποκτούν εμπειρία στην παραγωγή των αγαθών και των υπηρεσιών, καθώς και γνώσεις σχετικά με τον τρόπο πώλησης στις αγορές του εξωτερικού.

Η εξαγωγική δραστηριότητα όμως δεν είναι τόσο απλή, καθώς υπάρχουν πολλές δυσκολίες και κίνδυνοι για την επίτευξη της. Η γραφειοκρατία λειτουργεί πάντα ως τροχοπέδη αναλόγως βέβαια την αγορά αλλά και τα εξαγώγιμα προϊόντα. Επιπλέον δυνητικός οικονομικός κίνδυνος αποτελούν τα πολιτιστικά και γλωσσικά εμπόδια και πιθανές απαιτήσεις τροποποίησης του προϊόντος, μεταξύ άλλων. Εξάλλου αν η εξαγωγή ήταν κάτι απλό και ακίνδυνο για μια επιχείρηση τότε όλες οι επιχειρήσεις θα είχαν δραστηριότητες στο εξωτερικό. Γι' αυτό συνήθως εξαγωγές έχουν επιχειρήσεις μεσαίες ή μεγάλες που έχουν ήδη κυριεύσει την τοπική αγορά και έχουν αισθανθεί έτοιμες να επενδύσουν στο εξωτερικό έχοντας ήδη το know-how όσον αφορά το πεδίο δράσης τους.

“ Η εξαγωγή προϊόντων μπορεί να συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στην αύξηση των κερδών μιας επιχείρησης ”

Οι κυβερνήσεις προωθούν τις εξαγωγές, καθώς τους επιφέρουν κέρδη όντας μάλιστα μια πραγματική διαφήμιση για την εκάστοτε χώρα. Επίσης, οι εξαγωγές αυξάνουν τις θέσεις εργασίας, επιφέρουν υψηλότερους μισθούς με αποτέλεσμα να αυξάνεται το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της χώρας. Ως εκ τούτου, οι άνθρωποι γίνονται ευτυχείς και πιο πιθανό να υποστηρίξουν τους εθνικούς ηγέτες τους.

Ο Πυροσβεστήρας, ο Αερόσακος & ένα μπουκέτο λουλούδια

Γράφει, ο **Αλέξανδρος Νάκος**
Μηχανολόγος & Μηχανικός MSc,
Τμήμα Εξαγωγών, MOBIAKFIRE

Ίσως κάποιος αναρωτηθεί – και εύλογα - τι κοινό μπορεί να έχει ένας πυροσβεστήρας με έναν αερόσακο και για ποιο λόγο θα άξιζε κανείς να γράψει ένα σύντομο άρθρο με αυτό τον τίτλο. Η απάντηση, αν και αυταπόδεικτη, αξίζει ίσως να αναλυθεί λίγο παραπάνω καθώς και τα δυο είναι αντικείμενα τα οποία κατασκευάζονται για να μη χρησιμοποιηθούν κατ'ευχήν ποτέ, αλλά αν και εφόσον και παρ'επιπέδου και μακριά από εμάς, χρειαστεί να χρησιμοποιηθούν, ΠΡΕΠΕΙ να λειτουργήσουν. Με άλλα λόγια τα λάθη δεν συγχωρούνται!

Με μια αφαιρετική διάθεση θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι το αντίστοιχο του γιατρού ή του πιλότου στο επίπεδο των υλικών αγαθών-προϊόντων.

Αποτελούν δηλαδή αντικείμενα-προϊόντα των οποίων η εν δυνάμει ή δυνητική αξία είναι πολλαπλάσια της χρηστικής τους αξίας (σας μπέρδεψα λίγο ε;). Πολλοί συνάνθρωποί μας συχνά δυσανασχετούν γιατί ο νόμος – ορθώς - τους (εξ)αναγκάζει να εγκαθιστούν στα σπίτια και τους επαγγελματικούς τους χώρους πυροσβεστήρες και συστήματα κατάσβεσης, πυροσβεστικούς σωλήνες, κλπ. Το θεωρούν περιττό έξοδο γιατί ομολογουμένως είναι πολύ πιθανό ένας πυροσβεστήρας να “φαει τα ψωμιά του” και να μην έχει χρησιμοποιηθεί ποτέ.

Μου θυμίζει λίγο την ασφάλεια του αυτοκινήτου, που όλοι μα όλοι όταν παίρνουμε το ειδοποιητήριο της πληρωμής βαρυνγκμούμε και τολμώ να πω καθαριόμαστε μουρμουρίζοντας, αλλά αν ο μη γένοιτο τύχει να τρακάρουμε, ψάχνουμε πανικόβλητοι στο ντουλαπάκι του αυτοκινήτου για το ασφαλιστήριο με τη ψυχή στο στόμα, μέχρι να ψελλίσουμε με ανακούφιση: *Ευτυχώς που την είχα πληρώσει !... (true story για πολλούς) από εμάς, έτσι δεν είναι;).*

“ Η εν δυνάμει ή δυνητική αξία είναι πολλαπλάσια της χρηστικής τους αξίας ”

Αναγκάιο κακό (καλό θα πούμε εμείς) λοιπόν και ο πυροσβεστήρας. Πως όμως θα εξασφαλίσουμε ότι όταν τον χρειαστούμε θα δουλέψει σίγουρα και αποτελεσματικά και “θα τα βγάλει τα λεφτά του”;

Αυτή λοιπόν είναι η δουλειά μας στη MOBIAK, να κατασκευάζουμε, να ελέγχουμε, να συντηρούμε και να προμηθεύουμε ένα προϊόν αξιόπιστο το οποίο πραγματικά ευχόμαστε ποτέ να μη χρειαστεί να χρησιμοποιηθεί (καλά όχι και ποτέ... μια στις τόσες... ίσα-ίσα για να μας βγάλει και ασπροπρόσωπους!)... σχήμα οξύμωρο; Ίσως... αλλά αυτή είναι η δουλειά μας και την κάνουμε με μεράκι και αγάπη εδώ και 42 χρόνια.

Α να, ξέχασα να αναφέρω και το μπουκέτο λουλούδια (το έβαλα και στο τίτλο...)

Μπορεί να σου σώσει και αυτό τη ζωή! (έχεις δοκιμάσει να γυρίσεις στο σπίτι τη μέρα της επετείου σας ή στη γιορτή της χωρίς ένα μπουκέτο λουλούδια;... δεν το συλλογίζουμε σε κανέναν). Με τη διαφορά ότι το αγοράζουμε και το προσφέρουμε πάντα με χαρά και χαμόγελο και ποτέ βαρυνγκμώνας!



Σεμινάριο στη Βουλγαρία

Γράφει, ο **Απόστολος Διαμαντόπουλος**
Οικονομικές Επιστήμες, MSc, Τμήμα Εξαγωγών, MOBIAKFIRE

Η MOBIAK A.E πραγματοποιήσε στη Βουλγαρία σε συνεργασία με τον αποκλειστικό διαθέτη και αντιπρόσωπο σεμινάριο με έμφαση στα μόνιμα συστήματα πυρόσβεσης. Το σεμινάριο έλαβε χώρα σε κεντρικό ξενοδοχείο στη Σόφια στις 2/11/2018 και στέφθηκε από απόλυτη επιτυχία.

Εξαιρετικό ενδιαφέρον επέδειξαν οι συμμετέχοντες στην νέα γκάμα πιστοποιημένων μόνιμων συστημάτων και ειδικότερα στο HFC-227ea.



Η MOBIAK είναι πλέον κάτοχος του πιστοποιητικού ικανότητας VDS για την διεκπεραίωση εργασιών που αφορούν την εμπορία, την εμφιάλωση και την υδραυλική δοκιμή φιαλών αερίου HFC-227ea, όπως επίσης τον περιοδικό επανέλεγχο και είναι πλέον στην ευχάριστη θέση να μπορεί να σας διαθέτει υπηρεσίες περιοδικού επανελέγχου και αναγόμωσης φιαλών HFC-227ea καθώς και τα παρακάτω προϊόντα:

- Μόνιμα Συστήματα HFC-227ea ολικής ή τοπικής κατάκλισης
- Φιάλες και Εξαρτήματα Συστημάτων F-gas
- Δεξαμενές κατασβεστικού υλικού HFC -227ea

Πραγματοποιήθηκαν επαφές με κλιμάκιο από το αρχηγείο πυροσβεστικού σώματος της Βουλγαρίας, χονδρεμπόρους από όλα τα γεωγραφικά διαμερίσματα της χώρας ενώ συγχρόνως έγιναν γόνιμες συζητήσεις σχετικά με συγκεκριμένα έργα Τεχνικών εταιριών αναφορικά με την κάλυψη των αναγκών τους σε πυροσβεστικό εξοπλισμό.

Έκθεση στη Σερβία 2018

Γράφει, ο **Ανδρέας Κλαριδόπουλος**
Μηχανολόγος Μηχανικός, Τμήμα Εξαγωγών, MOBIAKFIRE

Η MOBIAK συνεχίζει τη δυναμική της παρουσία σε διεθνής εκθέσεις πυροσβεστικού εξοπλισμού συμμετέχοντας στην 112 Έκρη στο Βελιγράδι από τις 2 έως τις 5 Οκτωβρίου. Η συμμετοχή ήταν σε συνεργασία με τον αποκλειστικό μας αντιπρόσωπο στη Σερβία και η απήχσή της ήταν μεγάλη, τόσο σε επαγγελματίες τις χώρες, όσο και των γειτονικών χωρών.



Επίσης, μας δόθηκε η ευκαιρία να παρουσιάσουμε νέα προϊόντα μας & πιστοποιήσεις, όπως το πρόσφατα πλήρως πιστοποιημένο σύστημα HFC-227ea κατά VDS, το σύστημα κουζίνας «MOBIAK DIAS» κατά ANPI, αλλά και τα νέα μας εξαρτήματα υδροδοτικών δικτύων πιστοποιημένα κατά UL, FM & LPCB, για τα οποία όλοι οι υφιστάμενοι, αλλά και νέοι πελάτες, έδειξαν τεράστιο ενδιαφέρον.



Το αποτέλεσμα της έκθεσης κρίνεται άκρως επιτυχημένο και ανανεώνουμε το ραντεβού μας και για τα επόμενα χρόνια.

ExpoProtection

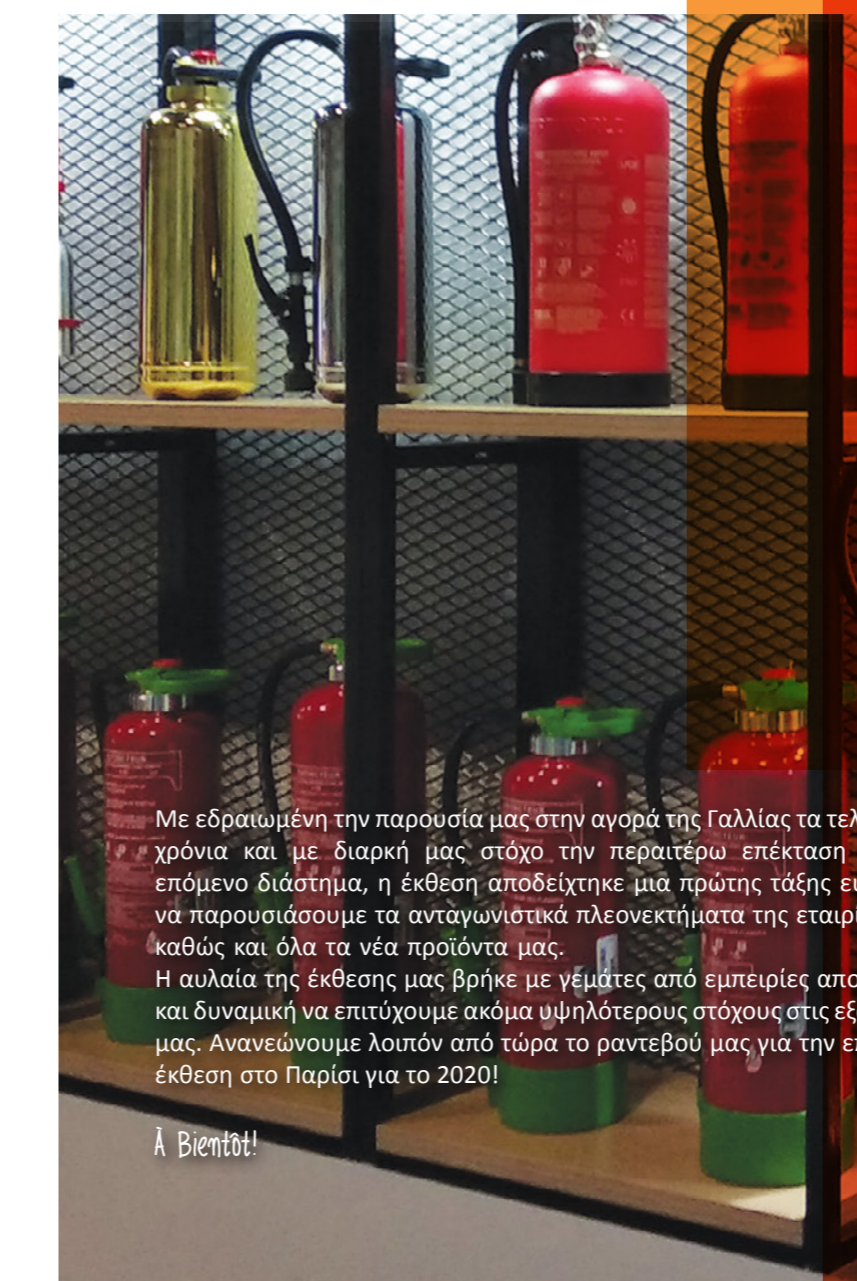
Παρίσι 2018

Γράφει, ο **Μεταξάς Δρακόπουλος**

Μηχανικός Παραγωγής & Διοίκ. MSc, Τμήμα Εξαγωγών, MOBIAK FIRE

Η ExpoProtection, η έκθεση ορόσημο για τον πυροσβεστικό εξοπλισμό στη Γαλλία, έλαβε χώρα από τις 6 έως τις 8 Νοεμβρίου στο Παρίσι-Porte De Versailles. Ασφαλώς, πιστοί στο ραντεβού μας, η MOBIAK είχε δυναμική παρουσία, με το περίπτερο μας να γίνεται σημείο αναφοράς για τους παρευρισκόμενους.

Στο περίπτερο μας παρουσιάστηκαν δεκάδες νέα προϊόντα της εταιρίας μας καθώς και η πλήρης γκάμα μας σε προϊόντα NF, αποσπώντας πληθώρα θετικών σχολίων από τους επισκέπτες μας. Είχαμε τη χαρά να συναντηθούμε και να συζητήσουμε με υπάρχοντες αλλά και δυνητικούς νέους συνεργάτες μας, κυρίως από τη Γαλλία και την Αφρική αλλά και από δεκάδες άλλες χώρες, έχοντας τη δυνατότητα να χαράξουμε τα στρατηγικά μας σχέδια για την επόμενη χρονιά.



Με εδραιωμένη την παρουσία μας στην αγορά της Γαλλίας τα τελευταία χρόνια και με διαρκή μας στόχο την περαιτέρω επέκταση της το επόμενο διάστημα, η έκθεση αποδείχθηκε μια πρώτη τάξης ευκαιρία να παρουσιάσουμε τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της εταιρίας μας καθώς και όλα τα νέα προϊόντα μας. Η αυλαία της έκθεσής μας βρήκε με γέμιστες από εμπειρίες αποσκευές και δυναμική να επιτύχουμε ακόμα υψηλότερους στόχους στις εξαγωγές μας. Ανανεώνουμε λοιπόν από τώρα το ραντεβού μας για την επόμενη έκθεση στο Παρίσι για το 2020!

À Bientôt!

Παρίσι
Expo-
Pro-
tec-
tion

Έκθεση στο Ομάν

Γράφει, ο **Στράτος Κορώνης**
Μηχατρονικός Μηχανικός MSc, Τμήμα Εξαγωγών, MOBIAFIRE

Αυτή τη φορά η MOBIAK προσεγγίνεται στο πιο όμορφο στολίδι της Μέσης Ανατολής για να δώσει για ακόμα μια φορά το παρών με μια επιτυχημένη παρουσία στη γη του Ομάν.

Η MOBIAK κατάφερε να δείξει την δυναμική της και εδραίωσε ακόμα περισσότερο την εταιρία ως έναν κατασκευαστή Πυροσβεστικού Εξοπλισμού παγκόσμιας εμβέλειας.

Με ένα εντυπωσιακό περίπτερο ντυμένο με διαφημιστικά και το νέο λογότυπο της εταιρίας να το κοσμεί, δεν θα μπορούσε να μην αφήσει ικανοποιημένους τους δυνητικούς και μη, συνεργάτες της MOBIAK.

Επιστρέφοντας με έναν αραβικό αέρα από την άκρη της αραβικής χερσονήσου, είμαστε έτοιμοι να κατακτήσουμε μια νέα αυτοκρατορία γνωρίζοντας την δυσκολία της εξαγωγικής δραστηριότητας σε αυτές τις αγορές.

Έχοντας εσεί την εμπειρία των επενδύσεων σε νέα προϊόντα, με νέες πιστοποιήσεις και με εμπλουτισμένη την γκάμα μας με νέα συστήματα πυρόσβεσης, θα αφήσουμε ευχαριστημένους τους νέους μας συνεργάτες.

Στόχος μας είναι η εδραίωση της εταιρίας στις πρώτες θέσεις στην χώρα (και σε κάθε χώρα στην οποία εξάγονται επιτυχώς τα προϊόντα της εταιρίας) στον Τομέα του Πυροσβεστικού Εξοπλισμού.

Στρατηγικός παράγοντας της επιτυχίας είναι η επένδυση στην ποιότητα και η αξία στην ασφάλεια.

Συνεχίζουμε δυναμικά δίνοντας τον καλύτερό μας εαυτό για να αναπτυχούμε όσο περισσότερο μπορούμε.



Τα Χανιά πάνε Αιθιοπία

Γράφει, ο **Μιχάλης Καπετανάκης**
Ηλ. Μηχανικός & Μηχανικός Η/Υ Τμήμα Εξαγωγών, MOBIAFIRE

Στο πλαίσιο της παρουσίας της MOBIAK στην αγορά της Αιθιοπίας, πραγματοποιήθηκε τριήμερη επίσκεψη του Διευθύνοντος Συμβούλου του Αντιπροσώπου της εταιρίας μας σε αυτήν την χώρα.

Συζητήθηκαν η επέκταση της συνεργασίας μας πέρα από το κομμάτι των φορητών πυροσβεστήρων και εξοπλισμού όπου η MOBIAK έχει παρουσία στην Αιθιοπία τα τελευταία δύο χρόνια, στο κομμάτι των μόνιμων συστημάτων HFC-227ea, μόνιμων συστημάτων κουζίνας τύπου MOBIAK-DIAS & GREAT ALEXANDER όπως και στο κομμάτι των Πυροσβεστικών συγκροτημάτων.

Η συνάντηση και η εκπαίδευση στέφθηκε με επιτυχία και ευχόμεστε καλά αποτελέσματα σε αυτήν την δύσκολη αγορά της Αφρικανικής ηπείρου.



Πιστοποίηση UL για Αντλίες Πυρόσβεσης

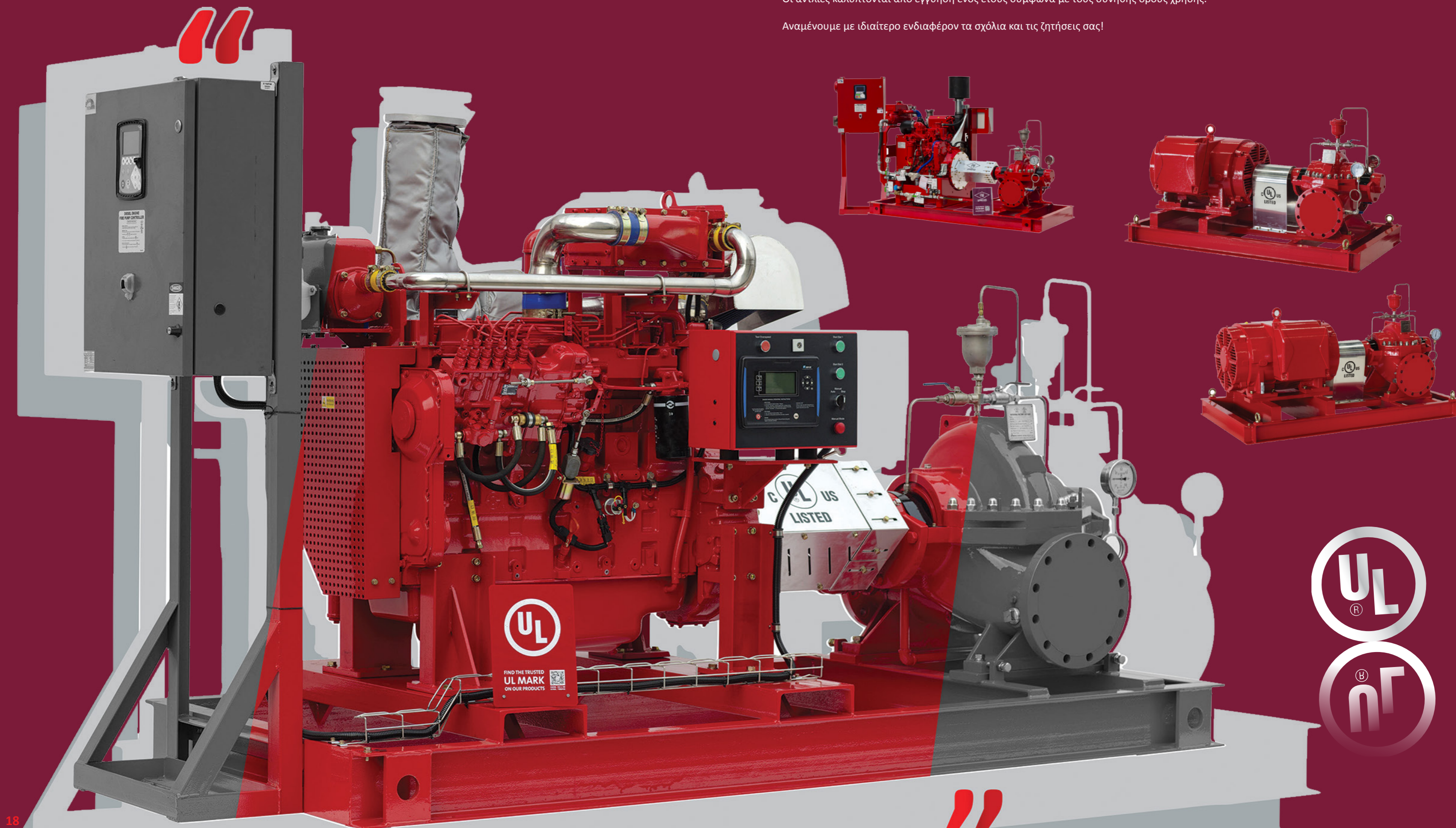
Γράφει, ο Στράτος Κορώνης
Μηχατρονικός Μηχανικός MSc, Τμήμα Εξαγωγών, MOBIAKFIRE

Αγαπητοί συνεργάτες,
Μετά από δύο χρόνια διαρκούς προσπάθειας, είμαστε στην ευχάριστη θέση να σας ανακοινώσουμε ότι η MOBIAK είναι πλέον κάτοχος πιστοποιητικού UL για αντλίες πυρόσβεσης. Το εν λόγω πιστοποιητικό -το οποίο λίγες εταιρείες κατέχουν- αποτελεί ένα ακόμα σημαντικό επίτευγμα της εταιρείας μας, η οποία συνεχίζει να επενδύει στα πλέον ποιοτικά και πιστοποιημένα προϊόντα.

Πλέον εμπλουτίζεται η γκάμα της MOBIAK με τις πιστοποιημένες αντλίες πυρόσβεσης. Είμαστε σε θέση να καλύψουμε ανάγκες για αντλίες συνδυάζοντας την εγγυημένη ποιότητα ενός φορέα πιστοποίησης όπως ο UL με την αποδεδειγμένη εμπειρία μας στον τομέα του πυροσβεστικού εξοπλισμού.

Οι αντλίες καλύπτονται από εγγύηση ενός έτους σύμφωνα με τους συνήθεις όρους χρήσης.

Αναμένουμε με ιδιαίτερο ενδιαφέρον τα σχόλια και τις ζητήσεις σας!



Γράφει, η **Μαίρη Νικολουδάκη**
Προϊσταμένη Λογιστηρίου

Νέα

ΕΠΕΚΤΑΣΗ

Η MOBIAK A.E. ηγέτιδα εταιρεία στον κλάδο των πυροσβεστικών με έντονη εξαγωγική δραστηριότητα προς 72 χώρες, διαθέτοντας ισχυρό brand name και τεχνογνωσία, έχει ταυτιστεί εδώ και περισσότερα από 42 χρόνια με τις έννοιες της Αξίας στην Ασφάλεια και της Επένδυσης στην Ποιότητα και το αποδεικνύει εμπράκτως σε κάθε της επιχειρηματικό βήμα.

Το 2018 αποτελεί μία χρονιά ορόσημο για τη MOBIAK A.E., καθώς δύο πραγματικά μεγάλες και στρατηγικής σημασίας επενδύσεις μίηκαν σε τροχιά υλοποίησης.

Η MOBIAK A.E. αρχικά προέβη σε αγορά οικοπέδων **26 στρεμμάτων** στα Καθιανά Ακρωτηρίου, στα Χανιά της Κρήτης επεκτείνοντας τις εγκαταστάσεις της, στα οποία θα κατασκευαστούν νέες κτηριακές εγκαταστάσεις που θα στεγάσουν πρόσθετη σύγχρονη ρομποτική γραμμή συναρμολόγησης πυροσβεστικού εξοπλισμού και νέα γραμμή αυτόματης συσκευασίας προϊόντων και παλετοποίησης παραγγελιών.

Επιπλέον θα υπάρχει δυνατότητα για προσαρμοσμένη (customized) συσκευασία/παλετοποίηση αναλόγως των ποσοτήτων. Στις νέες αυτές κτηριακές υποδομές συνολικής επιφάνειας **3.000m²** θα προστεθεί κέντρο διανομής και αποθηκευτικός χώρος προϊόντων. Παράλληλα θα στεγαστούν σύγχρονες εγκαταστάσεις εκπαίδευσης (training center), κέντρου εκδηλώσεων και συνεδριακού χώρου. Η συγκεκριμένη επένδυση εκτιμάται στα 7 εκ. ευρώ, πλέον του κόστους αγοράς οικοπέδων και θα χρηματοδοτηθεί κυρίως με ίδια κεφάλαια.

Η συγκεκριμένη επένδυση φέρνει ακόμα πιο κοντά τη MOBIAK στις ελίτ του χώρου παγκοσμίως, κάτι που αποτελούσε όνειρο του ιδρυτή και οραματιστή της εταιρίας.

Νέα
ΕΠΕΚΤΑΣΗ



Τράπεζες & Ενιαίος Εποπτικός Μηχανισμός

Γράφει, η **Μαίρη Νικολουδάκη**
Προϊσταμένη Λογιστηρίου

Τράπεζες & Ενιαίος Εποπτικός Μηχανισμός (EEM - Single Supervisory Mechanism (SSM) - Οι εποπτικές προτεραιότητες του EEM για το 2018.

Προκειμένου να εφαρμόζονται ίδιοι κανόνες σε όλες τις τράπεζες στο μέλλον και να παρακολουθείται η οικονομική τους κατάσταση διαρκώς, οι χώρες της Ευρωπαϊκής ένωσης δημιούργησαν τον Ενιαίο Εποπτικό Μηχανισμό (EEM)/ Single Supervisory Mechanism (SSM), ένα σύστημα δηλαδή τραπεζικής εποπτείας και το οποίο περιλαμβάνει α) την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και β) τις εθνικές εποπτικές αρχές (EEA) των χωρών μελών, όπου βρίσκονται σε στενή συνεργασία μεταξύ τους. Οι τρεις βασικοί στόχοι του EEM/SSM είναι α) η διαφύλαξη της ασφάλειας και της ευρωστίας του ευρωπαϊκού τραπεζικού συστήματος, β) η ενίσχυση της χρηματοπιστωτικής ολοκλήρωσης και σταθερότητας και γ) η διασφάλιση συνεπούς εποπτείας.

“ Προκειμένου να εφαρμόζονται ίδιοι κανόνες σε όλες τις τράπεζες στο μέλλον και να παρακολουθείται η οικονομική τους κατάσταση διαρκώς ”

Στις 18 Δεκεμβρίου 2017, η ΕΚΤ, στο πλαίσιο λειτουργίας του SSM, δημοσίευσε τις εποπτικές της προτεραιότητες του EEM για το 2018. (Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, 2018). Ειδικότερα, η ΕΚΤ θα αναλάβει πρωτοβουλίες προκειμένου να διασφαλίσει ότι οι τράπεζες θα αντιμετωπίσουν τις υπάρχουσες βασικές προκλήσεις αποτελεσματικά. Κάποιοι από τις βασικές αυτές προκλήσεις που εντοπίστηκαν είναι: η παρατεταμένη περίοδος χαμηλών επιτοκίων, τα μεγάλα αποθέματα μη εξυπηρετούμενων δανείων, η γεωπολιτική αβεβαιότητα, οι αντιδράσεις των τραπεζών σε νέες ρυθμιστικές πρωτοβουλίες, ο μη τραπεζικός ανταγωνισμός κλπ.

“ Σημαντική κίνηση, Αφενός για Τη Βιωσιμότητα των Τραπεζών και Αφετέρου για τις Μακροοικονομικές Επιδόσεις ”

Το 2018 η τραπεζική εποπτεία έχει ως στόχο να κινηθεί με άξονα τέσσερις τομείς προτεραιότητας:

(α) Επιχειρηματικά μοντέλα και παράγοντες που επηρεάζουν την κερδοφορία των εποπτευόμενων πιστωτικών ιδρυμάτων, με έμφαση στην αξιολόγηση των επιδράσεων από την παρατεταμένη περίοδο χαμηλών επιτοκίων.

(β) Διαχείριση πιστωτικού κινδύνου: Τα υψηλά επίπεδα μη εξυπηρετούμενων δανείων επηρεάζουν το κεφάλαιο και τη χρηματοδότηση, μειώνουν την κερδοφορία και, κατά συνέπεια, περιορίζουν την προσφορά πιστώσεων προς τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις. Η διευθέτησή τους είναι λοιπόν σημαντική αφενός για τη βιωσιμότητα των τραπεζών και αφετέρου για τις μακροοικονομικές επιδόσεις. Οι συγκεντρώσεις ανοιγμάτων σε συγκεκριμένα περιουσιακά στοιχεία απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή και θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στη διαχείριση και στην αποτίμηση εξασφαλίσεων

(γ) Διαχείριση λοιπών κινδύνων (TRIM, διαδικασίες ICAAP και ILAAP, βαθμός ετοιμότητας για την υιοθέτηση του IFRS 9): συνδυάζει στοιχεία που έχουν συνεχιζόμενη σημασία όσον αφορά τη διαχείριση κινδύνων εκ μέρους των τραπεζών

(δ) Δραστηριότητες που περιλαμβάνουν διαχείριση πολλαπλών διαστάσεων κινδύνων: Περιλαμβάνουν τη διενέργεια ασκήσεων προσομοίωσης ακραίων καταστάσεων καθώς και τις εξελισσόμενες προετοιμασίες για την έξοδο του Ηνωμένου Βασιλείου από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Brexit).

Το εντονότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν αυτή τη στιγμή οι Ελληνικές Τράπεζες είναι τα μη εξυπηρετούμενα δάνεια, όπου έχουν τον υψηλότερο δείκτη μη εξυπηρετούμενων δανείων στη ζώνη του ευρώ, κοντά στο 50% και με την ανάγκη εξυγίανσης των ισολογισμών τους να είναι επιβεβλημένη. Παράλληλα εκτός από το παραπάνω πρόβλημα, αντιμετωπίζουν και άλλες προκλήσεις όπως η παρατεταμένη περίοδος χαμηλών επιτοκίων, καθώς και η ευάλωτη θέση τους απέναντι στη μεταμόρφωση του τεχνολογικού κλάδου και πιο συγκεκριμένα την άνοδο του κλάδου fintech, που αποτελεί πλέον απειλή για αυτές. Επίσης όσον αφορά τις Ελληνικές τράπεζες και τις πρακτικές που εφαρμόζουν τα πιστωτικά ιδρύματα για τη διαχείριση και αποτίμηση εξασφαλίσεων, αν και το Ελληνικό Κοινοβούλιο αποφάσισε να καταργήσει σταδιακά τους φυσικούς πλειστηριασμούς και να τους αντικαταστήσει με ηλεκτρονικούς, πρακτική που αποδείχτηκε ιδιαίτερως αποτελεσματική, εξακολουθεί να έχει κάποιες αδυναμίες που πρέπει άμεσα να διευθετηθούν.



Αρα συμπερασματικά οι προτεραιότητες του EEM/SSM για το έτος 2018, θα αποτελέσουν τεράστια πρόκληση για τις Ελληνικές Τράπεζες και τα stress tests θα αποτελέσουν τη στιγμή της αλήθειας για αυτές.

Πηγές:

1. Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (2014), «Οδηγός τραπεζικής εποπτείας» <https://www.bankingsupervision.europa.eu/ecb/pub/pdf/ssmguide-bankingsupervision201411.el.pdf>

2. Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (2014), «Τραπεζική Εποπτεία της ΕΚΤ: Οι εποπτικές προτεραιότητες του EEM για το 2018», https://www.bankingsupervision.europa.eu/ecb/pub/pdf/ssm.supervisory_priorities_2018.el.pdf?3b4a89e9ad114ff7dbdaf156a0f0f564 - Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, <https://www.bankingsupervision.europa.eu>

Ψηφιακό Marketing στις Σύγχρονες Επιχειρήσεις

“Γράφει, ο Αντώνης Γκεζέπης
Marketing, Τμήμα Social Media

Το «Ψηφιακό Μάρκετινγκ» παρότι έχει μπει για τα καλά στη ζωή και την καθημερινότητα των περισσότερων σύγχρονων επιχειρήσεων, πολλοί δυσκολεύονται να το διακρίνουν από το παραδοσιακό Μάρκετινγκ. Για να βοηθήσουμε σε αυτή τη διάκριση δίνοντας έναν απλό ορισμό, το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι ένας γενικός όρος στη βάση μια πυραμίδας που συμπεριλαμβάνει όλες τις προωθητικές ενέργειες για προϊόντα ή υπηρεσίες που πραγματοποιούνται μέσω της ψηφιακής τεχνολογίας.

Το online μάρκετινγκ είναι η κορωνίδα του ψηφιακού μάρκετινγκ. Δεδομένου ότι τα παραδοσιακά κανάλια διαφήμισης όπως είναι για παράδειγμα η τηλεόραση και η εφημερίδα, γίνονται ολοένα και λιγότερο δημοφιλή, το online μάρκετινγκ παίρνει συνεχώς μεγαλύτερα κομμάτια από την πίτα του προϋπολογισμού για τις προωθητικές ενέργειες των εταιρειών. Εκατομμύρια επιχειρήσεις προωθούν άλλωστε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους αποκλειστικά μέσω του διαδικτύου, γυρνώντας ολοκληρωτικά την πλάτη στις παραδοσιακές πρακτικές.

Σκοπός του Ψηφιακού Μάρκετινγκ είναι να φέρει σε επαφή την εκάστοτε επιχείρηση με το στοχευμένο κοινό της μέσω των ψηφιακών καναλιών. Σε μία πιο μετρίσιμη αναφορά, υπάρχουν επί του παρόντος πάνω από 3,3 δισεκατομμύρια χρήστες συσκευών τεχνολογίας παγκοσμίως, με το νούμερο να αυξάνεται συνεχώς. Η χρήση τεχνολογικών συσκευών επίσης αυξάνεται συνέχεια, με το 92% για παράδειγμα των Αμερικανών ενηλίκων να κατέχει τουλάχιστον ένα κινητό.

Το κυριότερο στοιχείο που διαχωρίζει το ψηφιακό μάρκετινγκ από το παραδοσιακό μάρκετινγκ είναι σίγουρα οι δυνατότητες των νέων τεχνολογιών. Οι υπεύθυνοι του ψηφιακού μάρκετινγκ εστιάζουν περισσότερο στο να στοχεύσουν σε μετρήσιμες δραστηριότητες. Μπορούν πλέον να προσεγγίσουν το σωστό κοινό και να μετρήσουν τα αποτελέσματα των προσπαθειών τους. Στο παρελθόν, η στόχευση έμοιαζε περισσότερο με το να τρέξεις μία διαφήμιση στην τοπική τηλεόραση ή σε ένα συγκεκριμένο περιοδικό, αλλά σήμερα αυτό θεωρείται ξεπερασμένο και χρησιμοποιείται μόνο για ευρεία προβολή.

Για παράδειγμα, ο υπεύθυνος ψηφιακού μάρκετινγκ σήμερα, μπορεί να τρέξει μία διαφήμιση στο Facebook στοχευμένη μόνο σε κοινό ηλικίας 30 ετών, ανδρικού φύλου που ενδιαφέρεται για τη δραστηριότητα «πυρασφάλεια». Μπορεί να παρακολουθήσει κάθε ενέργεια (εμφάνιση, μου αρέσει, σχόλιο και κλικ) και να χρησιμοποιήσει ειδικό κώδικα (script) για να δει τι ενέργειες κάνει το κοινό του αφού πατήσει στην διαφήμιση. Αυτά τα δεδομένα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την δημιουργία διαφημίσεων με καλύτερη απόδοση.

Δίνοντας ένα πανόραμα, τα κομμάτια του πάζλ που συνθέτουν μια ολοκληρωμένη ψηφιακή εικόνα για μία σύγχρονη επιχείρηση είναι επιγραμματικά και ιεραρχικά τοποθετημένα τα ακόλουθα:

- Ιστοσελίδα (Website)
- Κοινωνικά Δίκτυα (Social Media)
- SEO (Βελτιστοποίηση site για τις μηχανές αναζήτησης)
- Ψηφιακή διαφήμιση (πχ Google Ads, facebook Ads κλπ)
- Blogging (Εταιρικά νέα)
- Email Marketing (Στοχευμένη μαζική αποστολή e-mail)

Οι εποχές αλλάζουν και οι εταιρείες προσαρμόζονται στις νέες τεχνολογίες και τα νέα δεδομένα που φέρνουν στο προσκήνιο. Η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων και η ψηφιακή τους εικόνα είναι ψηλά στην ατζέντα των προτεραιοτήτων και προβλέπεται να παραμείνει για καιρό ακόμα.

Νέα Εταιρική Ταυτότητα MOBIAK

“Γράφει, η Μυρτώ Κουμή
Δημιουργικό Τμήμα

Μετά από 42 χρόνια από την ίδρυση της MOBIAK, η εταιρία αποφάσισε να αλλάξει το λογότυπό της. Όντας συναισθηματικά δεμένοι με τον σχεδιασμό του παλαιού λογότυπου, και συνηθισμένοι αρκετά για μια μεγάλη αλλαγή, περάσαμε αρκετά στάδια για να καταλήξουμε στον νέο σχεδιασμό σήματος.



Γνωρίζοντας την σημαντικότητα της ταυτότητας μιας επιχείρησης, κρατήσαμε την ίδια γραμματσοσειρά προς αποφυγή σύγχυσης των συνεργατών της MOBIAK. Με ορόσημο την εικόνα του εμβληματικού λέοντος και κρατώντας το ύφος και τη φιλοσοφία σε ακέραια επίπεδα, σχεδιάστηκε αφαιρετικά το προφίλ του πάνω στο αρχίγραμμα της MOBIAK. Ένας απλός, αιγιματικός για ορισμένους, σχεδιασμός για την εύκολη αναγνώρισή του με σωστή εφαρμογή σε διαφορετικές σχηματικές και χρωματικές εφαρμογές.



Για τον λόγο αυτό, ο επανασχεδιασμός ενός καλοσχεδιασμένου λογότυπου αναδεικνύει την μοναδικότητα της κάθε επιχείρησης παράλληλα με την λειτουργικότητά του με σκοπό την ανάδειξη της δυναμικής μιας εταιρίας.

Προτρέπουμε με την σειρά μας όλους όσους έχουν όραμα για την επιχείρησή τους, να συζητήσουν με τα αρμόδια άτομα για ένα ωραίο **rebranding**, ώστε να επαναπροσδιοριστεί στρατηγικά η επικοινωνία της εταιρίας. Τολμήστε να προχωρήσετε σε μια αλλαγή χωρίς να φοβάστε να αποχωριστείτε το παλιό σας λογότυπο. Το αποτέλεσμα θα σας ανανεώσει και θα επιφέρει ευχάριστα αποτελέσματα.

Ευχαριστήρια Επιστολή Εμμανουήλ Ε. Σβουράκη



Αισθάνομαι την ανάγκη και υποχρέωση να ευχαριστήσω από καρδιάς μέσω του τύπου MOBIAKPRESS και Χανιώτικα Νέα όσους συνέβαλαν στην αποκατάσταση της σοβαρής και μακροχρόνιας θεραπείας της ασθένειάς μου, στα Νοσοκομεία της Αθήνας «ΥΓΕΙΑ» και «ΕΥΑΓΓΕΛΙΣΜΟΣ». Ιδιαίτερα στην οικογένειά μου για την αμέριστη συνδρομή και θυσία τους, στέκοντας στο πλευρό μου στα παραπάνω Νοσοκομεία.

Ιδιαίτερα στη σύζυγό μου Ειρήνη που νυχθημερόν στεκόταν στο πλευρό μου, στο γιο μου Μανώλη, στην κόρη μου Γεωργία, στη Νύφη μου Μαρία και στον γαμπρό μου Φάνη, τους θεράποντες Ιατρούς κ. Κοκκινάκη Ευάγγελο, Διευθυντή Α΄ Παθολογικής Κλινικής του Νοσοκομείου «ΕΥΑΓΓΕΛΙΣΜΟΣ» και τους συνεργάτες του Ιατρούς, την ομάδα Γαστρεντερολόγων Κλινικής του Νοσοκομείου «ΕΥΑΓΓΕΛΙΣΜΟΣ», τους νοσηλευτές του 10^{ου} ορόφου της αυτής κλινικής, όπου χωρίς αυτούς τα αποτελέσματα της περιπέτειας της υγείας μου θα ήταν άγνωστα.

Επίσης, ευχαριστώ θερμά τον Σεβασμιότατο Μητροπολίτη Κυδωνίας και Αποκορώνου Κ. Κ. Δαμασκηνό, για την επίσκεψή του στο Νοσοκομείο «ΕΥΑΓΓΕΛΙΣΜΟΣ» και για τις προσευχές του για την αποκατάσταση της υγείας μου, καθώς και τον πρωτοσύγκελο Πατέρα Δαμασκηνό Λιονάκη, που και αυτός συνέβαλε στην ψυχολογική μου αποκατάσταση που πραγματικά είχα ανάγκη, τους νοσηλευτές και τις αποκλειστικές Νοσοκόμες της κατ' οίκον νοσηλείας μου. Επίσης ευχαριστώ από καρδιάς την κλινική «ΙΑΣΙΣ» του κυρίου Ηλία Γαβριλάκη και ιδιαίτερα τον κύριο Ηλία Γαβριλάκη, τους ιατρούς και νοσηλευτές του δεύτερου ορόφου για την άψογη περιποίηση και φροντίδα τους. Ένα ακόμη μεγάλο ευχαριστώ στον αγαπητό φίλο και συνεργάτη μου Δικηγόρο Αλέκο Σταυρουλόπουλο που σχεδόν με την καθημερινή του επίσκεψη κατά τη νοσηλεία μου στον «ΕΥΑΓΓΕΛΙΣΜΟ», μου έδινε χαρά και κουράγιο, γιατί έτσι τον έπλασε ο Θεός, να είναι χαμογελαστός και γεμάτος χιούμορ, που αυτό πραγματικά έχουν ανάγκη όσοι είναι καθηλωμένοι στο κρεβάτι του πόνου. Θα μου ήταν παράληψη να μην αναφέρω τις προσπάθειες και θυσίες που κατέβαλαν τώρα και έναν χρόνο ο Φυσικοθεραπευτής μου Μάνος Περιογιάννης και οι συνεργάτες του, που με βοήθησαν εις το να περπατάω σήμερα και να απολαμβάνω αυτά που μου χάρισε ο Θεός.

Ευχαριστώ όλους εσάς για μια ακόμα φορά.

Με αγάπη

Μανώλης Σβουράκης

Senior - Ιδρυτής της MOBIAK

Άζωτο σε Κρυοθεραπεία & Μικροηλεκτρονική

Γράφει, η Έφη Μαναρολάκη
Χημικός MSc, Τμήμα Αερίων, MOBIAKGAS

Κρυοθεραπεία και Μικροηλεκτρονική - τόσο διαφορετικές εφαρμογές με ένα κοινό παρανομαστή! Το αδρανές αέριο άζωτο.

Κρυοθεραπεία

Το σύγχρονο παιχνίδι του ποδοσφαίρου παίζεται τώρα σε πρωτοφανή επίπεδα έντασης και η εξεύρεση ισορροπίας μεταξύ εκπαίδευσης και αγώνων έχει γίνει ένα δυναμικό ναρκοπέδιο, καθώς οι ιατρικές ομάδες και οι ομάδες επιδόσεων προσπαθούν να αποφύγουν τις σωρευτικές επιπτώσεις της κόπωσης και την επακόλουθη μείωση της απόδοσης των παικτών. Η αποκατάσταση δεν ήταν ποτέ σε τόσο υψηλό επίπεδο ελέγχου και οποιαδήποτε λύση που μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο είναι άξια έρευνας. Γίνεται αντιληπτό ότι η κρυοθεραπεία προκαλεί μια σειρά από φυσιολογικά πλεονεκτήματα συγκεκριμένα σε εξεζητημένα αθλήματα, όπου οι αθλητές χρησιμοποιούν την κρυοθεραπεία σαν τμήμα του προγράμματος της προπόνησης και της ανάρρωσης τους. Για το σκοπό αυτό, ένας αυξανόμενος αριθμός συλλόγων ποδοσφαίρου υιοθετεί την Κρυοθεραπεία Ολόκληρου του σώματος (WBC) ως μέρος του σχήματος τους. Ποια είναι η επιστήμη πίσω από αυτή τη θεραπεία;

“ Η κρυοθεραπεία προκαλεί μια σειρά από φυσιολογικά πλεονεκτήματα συγκεκριμένα σε εξεζητημένα αθλήματα ”

Οι παίκτες τοποθετούνται σε μια ειδικά σχεδιασμένη μονάδα και εκτίθενται σε αέρα που ψύχεται σε θερμοκρασίες τόσο χαμηλές όσο -150 ° C για περίοδο έως 2-4 λεπτών. Ο αέρας ψύχεται με υγρό άζωτο. Πρωτοεξέκινησε στην Ιαπωνία το 1978 και στις μέρες μας έχει γίνει μια εντυπωσιακή εμπειρία στη Δυτική Ευρώπη. Τους τελευταίους 18 μήνες η κρυοθεραπεία έχει χαρακτηριστεί ως μια καινοτόμος και αδιαμφισβήτητα εναλλακτική θεραπεία στον αθλητικό τομέα, και ιδιαίτερα στο ποδόσφαιρο.

“ Μια καινοτόμος και αδιαμφισβήτητα εναλλακτική θεραπεία στον αθλητικό τομέα ”

Πως λειτουργεί, λοιπόν; Στις ακραίες ψυχρές συνθήκες ενός θαλάμου κρυοθεραπείας ολόκληρου του σώματος, το σώμα έχει φυσιολογικές αποκρίσεις στην έκθεση που προκαλείται από την απότομη μείωση της θερμοκρασίας του δέρματος. Η θερμοκρασία του πυρήνα του σώματος είναι κανονικά μεταξύ 36-37 ° C και πάντα θα προσπαθήσει να διατηρήσει αυτή τη θερμοκρασία. Όταν ο εγκέφαλος λαμβάνει σήματα που καταγράφουν την ακραία χαμηλή θερμοκρασία, αναγνωρίζει την αδυναμία διατήρησης της θερμοκρασίας του πυρήνα εάν διατηρηθεί η κανονική κυκλοφορία του αίματος στα εξωτερικά στρώματα του δέρματος. Οι υποδοχείς κάτω από την επιφάνεια του δέρματος κατευθύνουν το νευρικό σύστημα του σώματος για να πραγματοποιήσουν μια διαδικασία που ονομάζεται αγγειοσυστολή - μια στένωση των αρτηριών και των αιμοφόρων αγγείων. Η διαδικασία οδηγεί σε μείωση της ροής του αίματος σε κουρασμένο ή κατεστραμμένο ιστό, κλείνοντας αποτελεσματικά τη διαδικασία της φλεγμονής και την ανάπτυξη οιδήματος ή μώλωπες γύρω από έναν τραυματισμό. Ταυτόχρονα, το αίμα διατηρείται στον πυρήνα του σώματος και ξεπλένεται μέσω του φυσιολογικού κύκλου και εμπλουτίζεται

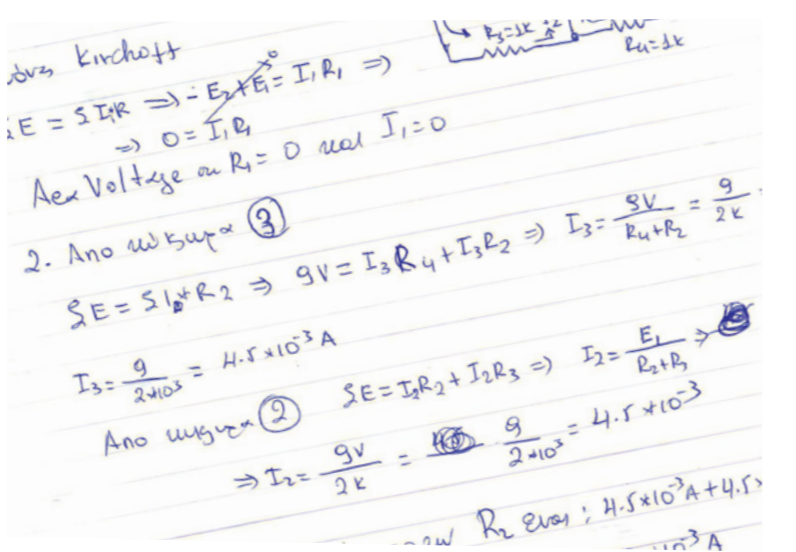
με οξυγόνο, ένζυμο και θρεπτικά συστατικά καθώς επίσης και με την εισροή ορμονών μέσω του ενδοκρινικού συστήματος του σώματος. Μόλις ο εγκέφαλος αναγνωρίσει ότι έχει επιτευχθεί μια “κανονική θερμοκρασία”, έχοντας βγει από το θάλαμο και πραγματοποιήσει ελαφριά άσκηση, η αντίστροφη διαδικασία που ονομάζεται αγγειοδιαστολή τότε επιστρέφει το τώρα εμπλουτισμένο αίμα από τον πυρήνα στα άκρα. Αυτή η διαδικασία σε συνδυασμό με την απελευθέρωση των ορμονών παρέχουν μια βιασύνη των ενδορφινών, προωθώντας ένα αίσθημα ευεξίας και θετικότητας στον παίκτη. Η θεραπεία βοηθά στην αποκατάσταση των μυών μειώνοντας την ανάπτυξη και την αναπαραγωγή των κυττάρων και αυξάνοντας την κυτταρική επιβίωση. Άλλα απτά οφέλη έχουν εντοπιστεί μέσω της χρήσης ολικής σωματικής κρυοθεραπείας, ένα από αυτά είναι μια γενική μείωση του μειωμένου πόνου στις αρθρώσεις. Το σύγχρονο παιχνίδι του ποδοσφαίρου είναι αρκετά επίπονο με πολλούς παίκτες να αναφέρουν “χτυπήματα” ή “ακαμψία” αλλά χωρίς εμφανές σημάδι τραυματισμού. Μια δεύτερη πτυχή της έρευνας που αυξάνει τη σημασία είναι αυτή της ανάκαμψης του ύπνου. Η Κρυοθεραπεία του σώματος έχει αποδειχθεί ότι έχει θετικό αντίκτυπο στην ποιότητα του ύπνου και ακόμα, βελτιώνει τη χαλάρωση και τη διάθεση.

Η εφαρμογή της Ολοκληρωμένης Κρυοθεραπείας παρέχει οφέλη στους παίκτες με τη μορφή ενός ταχέως προγράμματος αποκατάστασης για να κρατούν τους παίκτες στο γήπεδο και εκτός των φυσικοθεραπειών. Δεδομένου ότι η κρυοθεραπεία ολόκληρου του σώματος είναι σύντομη θεραπεία, μπορεί να εισαχθεί στο μέσο της ημέρας προπόνησης, σε αντίθεση με άλλες ψυχρές θεραπείες. Η ολική κρυοθεραπεία σώματος γίνεται πλέον συνηθισμένη στο επαγγελματικό ποδοσφαιρικό παιχνίδι και για τους λόγους που αναφέρθηκαν παραπάνω, σύντομα θα είναι μια περίπτωση των ποδοσφαιρικών συλλόγων χωρίς το θάλαμο της κρυοθεραπείας ως εξαίρεση στον κανόνα.

“ Η θεραπεία βοηθά στην αποκατάσταση των μυών μειώνοντας την ανάπτυξη και την αναπαραγωγή των κυττάρων και αυξάνοντας την κυτταρική επιβίωση ”

Κατασκευή Ημιαγωγών στη μικροηλεκτρονική

Η βιομηχανία των ημιαγωγών είναι μια από τις πιο δυναμικές και ανερχόμενες βιομηχανίες στον κόσμο. Οι ημιαγωγοί είναι η καρδιά της μοντέρνας ηλεκτρονικής, την οποία συναντάμε παντού από τους υπολογιστές μέχρι τους πυραύλους.



Η εισαγωγή των ημιαγωγών έχει δυναμώσει την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής και επιτρέπει την αύξηση των “έξυπνων συσκευών” τα τελευταία χρόνια. Χωρίς τους ημιαγωγούς η μοντέρνα ηλεκτρονική θα ήταν ένα όνειρο. Η αυτοματοποιημένη βιομηχανία και τα αυτόματα αυτοκίνητα παρουσιάζουν έναν βασικό τομέα ανάπτυξης για την κατασκευή ημιαγωγών.

Παράλληλα, η ζήτηση που προέρχεται από συστήματα υποστήριξης του οδηγού διαδικτυακά, ηλεκτρικά συστήματα κίνησης, συστήματα πληροφοριών ψυχαγωγίας εντός οχημάτων, αισθητήρες οχημάτων, αναμένεται να αυξήσει τη ζήτηση για ημιαγωγούς. Η ανάπτυξη της τεχνικής νοημοσύνης είναι μια επεκτατική πολιτική στην επιστήμη των υπολογιστών. Η ζήτηση θα προέλθει από την ανάγκη για περισσότερα εξαρτήματα με ολοένα μεγαλύτερη υπολογιστική ισχύ. Η ζήτηση ηλεκτρονικών ειδών ευρείας κατανάλωσης αυξήθηκε μεταξύ 2%-5% στο 2018, με ένα συνολικό παγκόσμιο μέσο όρο περίπου 4% αύξησης από χρόνο σε χρόνο. Μια ζήτηση που αναμένεται να αυξάνεται, όσο εξελίσσονται οι νέες τεχνολογίες.

“ Η ανάπτυξη της τεχνικής νοημοσύνης είναι μια επεκτατική πολιτική στην επιστήμη των υπολογιστών ”

Αυτό συμβάλλει στο να πιέζονται οι κατασκευαστές ημιαγωγών, οι οποίοι συνεχώς αυξάνουν τα επίπεδα κατανάλωσης των πρώτων υλών. Οι κατασκευαστές θα ψάξουν προς τη βιομηχανία αερίων για να στηριχθούν οι διαδικασίες τους. Το άζωτο παίζει τον κεντρικό ρόλο στην κατασκευή ημιαγωγών. Ως αδρανές αέριο που είναι, αποτελεί ένα από τα δύο αέρια τα οποία είναι τα πιο σημαντικά στην κατασκευαστική διαδικασία, ενώ το δεύτερο είναι το αργόν. Καθόλη τη διάρκεια της κατασκευαστικής διαδικασίας το άζωτο χρησιμοποιείται και έχει έναν αριθμό από διαφορετικούς λόγους για την εφαρμογή του, από τις αντλίες καθαρισμού έως την παραγωγή τους. Στη μοντέρνα κατασκευαστική διαδικασία, 50.000 m³ αερίου αζώτου καταναλώνονται ανά ώρα. Αντιμετωπίζοντας αυτή την υψηλή ζήτηση, σε συνδυασμό με τις τεχνικές προκλήσεις, καταναλώνονται μεγαλύτεροι όγκοι αζώτου στο πλαίσιο των διεργασιών χάραξης και καθαρισμού, εναπόθεσης, ντόπινγκ και σχηματοποίησης.

Οικονομία Απόδοση, Ασφάλεια

Γράφει, η Αργυρώ Σχολινάκη
Χημικός MSc, Τμήμα Αερίων, MOBIAKGAS

Οικονομία, Απόδοση και Ασφάλεια με τη χρήση Αζώτου στα ελαστικά του αυτοκινήτου σας!

- Γεια σας, πόσο να βάλω;
- Να το γεμίσουμε παρακαλώ και θα ήθελα μετά να ελέγξω και τον αέρα στα λάστιχα.

Ο παραπάνω είναι ένα τυπικός διάλογος στο βενζινάδικο της περιοχής σας. Μπορεί η μέρα που το ρεζερβουάρ του αυτοκινήτου σας θα γεμίζει με υδρογόνο να είναι ακόμα πολύ μακρινή, τι θα άλλαζε όμως αν στον παραπάνω διάλογο αντικαθιστούσαμε τη λέξη αέρα με τη λέξη άζωτο?

Οι περισσότερες αλλαγές που τελικά βρίσκουν εφαρμογή στην καθημερινότητα μας, ξεκινάνε πάντα από μία μικρή ομάδα ανθρώπων επιστημόνων –μηχανικών και τεχνικών που εργάζονται πυρετωδώς για τη βελτιστοποίηση μιας εφαρμογής. Οι περισσότεροι από εσάς, απολαμβάνοντας μια ταινία στην τηλεόραση, θα έχετε δει μια από τις διαφημίσεις για βενζίνη υψηλών οκτανίων, βασισμένη στα καύσιμα που χρησιμοποιούν οι αεροπορικές εταιρείες. Τι όμως χρησιμοποιούν οι πρωτοπόροι της “μηχανοκίνησης” στα ελαστικά τους?

Ο θόρυβος στην εκκίνηση ενός αγώνα Formula 1 είναι εκκωφαντικός και η αδρεναλίνη όσων βρίσκονται στην εξέδρα ξεχειλίζει. Οι γύροι στην πίστα φεύγουν και ξαφνικά η μία ομάδα μετά την άλλη μπαίνει για ένα γρήγορο pit-stop για καύσιμα και αλλαγή ελαστικών. Η φθορά των ελαστικών από την αυξημένη θερμοκρασία της ασφάλτου τεράστια, όμως με τι έχουν επιλέξει οι ειδικοί να γεμίσουν τα συγκεκριμένα ελαστικά για να αυξήσουν την επίδοση του αυτοκινήτου και την ασφάλεια του οδηγού? Άραγε τα ελαστικά της κόκκινης FERRARI στην πίστα είναι γεμάτα αέρα? Το μαχητικό F-16 καθώς απογειώνεται και τα ελαστικά αποχωρίζονται την πίστα είναι γεμάτα αέρα; Τα ελαστικά του επιβατικού αεροπλάνου της αεροπορικής εταιρείας που σας μετέφερε στον ονειρεμένο προορισμό των διακοπών σας, είχαν άραγε αέρα? Η απάντηση σε όλες τις παραπάνω ερωτήσεις είναι ΟΧΙ. Το Άζωτο έχει έρθει να αλλάξει τα δεδομένα, όχι μόνο για τα ακραία παραδείγματα που παρουσιάζονται παραπάνω αλλά για όλους τους οδηγούς, από αυτόν που οδηγεί το τελευταίο μοντέλο της Aston Martin μέχρι αυτόν που έχει προτιμήσει ένα οικονομικό αυτοκίνητο πόλεως συνδυάζοντας τιμή και οφέλη.

Ποια είναι όμως τα πλεονεκτήματα της χρήσης του αζώτου στα ελαστικά και πώς εξηγούνται επιστημονικά;

- Τα ελαστικά σας διατηρούν τη σωστή πίεση για πολύ μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Το αποτέλεσμα είναι εξοικονόμηση καυσίμων και ελαττωμένο χειρισμό του αυτοκινήτου. Η επιστημονική εξήγηση είναι, ότι τα μόρια του αζώτου είναι μεγαλύτερα από αυτά του οξυγόνου, συνεπώς ο πεπιεσμένος αέρας διαφεύγει από τα ελαστικά σχεδόν 2 φορές γρηγορότερα από το άζωτο.

- Μειωμένη φθορά των τροχών. Το άζωτο δεν περιέχει υγρασία, σε αντίθεση με τον αέρα. Η υγρασία φθείρει τα ελαστικά και προκαλεί σκουριά στα υπόλοιπα εξαρτήματα του τροχού.

Κάθε επιλογή έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα και η τελική απόφαση βασίζεται πάντα στο τι υπερισχύει. Τα μειονεκτήματα της αλλαγής σε άζωτο περιορίζονται α) στη περιορισμένη διαθεσιμότητα αφού είναι ακόμα ‘νέο προϊόν’ και δεν έχει καθιερωθεί β) η διαδικασία της πλήρωσης είναι πιο πολύπλοκη και άρα πιο χρονοβόρα και γ) υπάρχει κάποιο κόστος για την υπηρεσία και για το αέριο, δεν είναι δωρεάν, όπως ο αέρας.

Οι ειδικοί πάντως στηρίζουν την αλλαγή σε άζωτο, ειδικά για όσους διανύουν μεγάλες αποστάσεις αφού υπάρχει μεγάλη εξοικονόμηση καυσίμων και σημαντική αύξηση της διάρκειας ζωής των ελαστικών. Μια ειδική κατηγορία, όπου η αλλαγή σε άζωτο επιβάλλεται, είναι οι μεταφορικές εταιρείες, αφού όσο μεγαλύτερες οι αποστάσεις και τα φορτία, τόσο μεγαλύτερο το κέρδος από την εξοικονόμηση καυσίμων και τη μεγαλύτερη διάρκεια ζωής των ελαστικών.

Επειδή η αντικατάσταση του αέρα από άζωτο, περιλαμβάνει σταδιακές εξαερώσεις και επαναπληρώσεις των ελαστικών, όσοι από εσάς αισθάνεστε πρωτοπόροι, περιμένετε μέχρι την επόμενη αντικατάσταση των ελαστικών σας, ενημερωθείτε και κάντε το βήμα στο αύριο, σήμερα! Για τους επιχειρηματίες που σκέφτονται να διαθέσουν τη συγκεκριμένη υπηρεσία στο πελατολόγιό τους, η MOBIAK μπορεί να σας προμηθεύσει άζωτο κατάλληλο για την πλήρωση ελαστικών και για τους πιο απαιτητικούς με άζωτο υψηλής καθαρότητας και μηδενικής υγρασίας για ακόμα καλύτερη απόδοση. Η MOBIAK τα τελευταία χρόνια προμηθεύει με υψηλής καθαρότητας άζωτο την πολεμική αεροπορία καθώς και εμπορικές εταιρείες.

Η επιλογή του αζώτου είναι κατάλληλη για όλους του οδηγούς, τους τυπικούς και προσεκτικούς, που ελέγχουν την πίεση των ελαστικών τους σε τακτά χρονικά διαστήματα, αλλά και τους οδηγούς που έχουν ξεχάσει πότε ήταν η τελευταία φορά που ελέγξαν τα ελαστικά τους. Η διατήρηση της πίεσης των ελαστικών είναι για μεγάλα χρονικά διαστήματα και συνήθως απαιτείται μόνο μια επαναπλήρωση τη χειμερινή περίοδο λόγω της πτώσης της θερμοκρασίας, προσφέροντας στον «εξαχσάρη» ασφάλεια και οικονομία και στον προσεκτικό οδηγό επιπλέον την εξοικονόμηση χρόνου και κόπου.

Ανοσοποιητικό Σύστημα

Γράφει, ο Γιώργος Χουδαλάκης
Τμήμα Εξαγωγών MOBIACARE

Ανοσοποιητικό σύστημα και παράγοντες εξασθένησής του. Κάθε μέρα το σώμα έρχεται σε επαφή με πλήθος βλαπτικών παραγόντων. Μικρόβια, ιοί, παράσιτα προσπαθούν να εισβάλλουν στο σώμα για να το χρησιμοποιήσουν ως όχημα επιβίωσης. Τοξικές ουσίες, κατάλοιπα παραπροϊόντων του μεταβολισμού και η φθορά του χρόνου προκαλούν βλάβες σε αρκετά σημεία του σώματος καθημερινά, με αποτέλεσμα ο οργανισμός να κινητοποιεί καθημερινά σύνθετους μηχανισμούς επιδιόρθωσης, βασικός συντελεστής των οποίων είναι το ανοσοποιητικό σύστημα του σώματος. Το ανοσοποιητικό σύστημα περιλαμβάνει ένα σύνολο κυττάρων και μηχανισμών που ρόλο έχουν να ανθίστανται σε τοξίνες και παθογόνους μικροοργανισμούς, οι οποίοι απειλούν με οποιονδήποτε τρόπο το ανθρώπινο σώμα.

Σε περιπτώσεις βλάβης σε οποιαδήποτε σημείο του σώματος, λευκά αιμοσφαίρια από το αίμα διαπερνούν τους πόρους του αιμοφόρου αγγείου και μεταναστεύουν στην περιοχή της βλάβης, όπου με το μηχανισμό της φαγοκυττάρωσης καταστρέφουν τα βλαπτικά κύτταρα. Ειδικά αντισώματα που παράγουν τα λευκά αιμοσφαίρια καταστρέφουν με αποτελεσματικότητα παθογόνους μικροοργανισμούς και καταλείπουν αναμνηστική για το συγκεκριμένο παθογόνο ανοσία σε περίπτωση μελλοντικής επανάληψης προσβολής. Καθλωμένα κύτταρα του ανοσοποιητικού συστήματος, με χαρακτηριστικό εκπρόσωπο της κατηγορίας τα ιστικά μακροφάγα φαγοκυττάρων βλαπτικούς παράγοντες. Ειδικά ένζυμα και χημικές ουσίες εκκρίνονται και κινητοποιούνται (π.χ. συμπλήρωμα, ιντερλευκίνες, παράγοντας νέκρωσης όγκων (TNF), για να ρυθμίσουν ανοσιακές αποτοξινωτικές και αιμοποιητικές διεργασίες.

“Τοξικές ουσίες, κατάλοιπα παραπροϊόντων του μεταβολισμού και η φθορά του χρόνου προκαλούν βλάβες σε αρκετά σημεία του σώματος καθημερινά”

Εάν όμως μέρος ή το σύνολο του ανοσοποιητικού συστήματος δυσλειτουργεί σε συστηματική βάση, προκύπτουν χρόνιες παθολογικές καταστάσεις ποικίλλουσας βαρύτητας ανάλογα με το είδος και την διάρκεια της δυσλειτουργίας, τα βασικότερα από τα οποία είναι:

Ευπάθεια σε λοιμώξεις

Αλλεργίες

Καρκινώματα

Αυτοάνοσα νοσήματα

Ψυχοσωματικά νοσήματα

Σύνδρομο κόπωσης

Τα αίτια εξασθένησης του ανοσοποιητικού συστήματος τα διακρίνουμε σε φυσιολογικούς παράγοντες, παράγοντες καθημερινότητας και χρόνια νοσήματα.

Φυσιολογικοί παράγοντες

Ο κυριότερος φυσιολογικός παράγοντας που προκαλεί καταστολή του ανοσοποιητικού στον ενήλικο, είναι η προχωρημένη βιολογική ηλικία. Η χρονολογική ωστόσο ηλικία που συμβαίνει αυτό διαφέρει από άτομο σε άτομο. Η καταστολή του ανοσοποιητικού συστήματος με την ηλικία οφείλεται σε πολλές ταυτόχρονες παθοφυσιολογικές διαταραχές. Με την ηλικία το ανοσοποιητικό σύστημα εμφανίζει βραδεία αντίδραση σε βλαπτικά ερεθίσματα και αυξημένη τάση για παραγωγή αντισωμάτων που κατευθύνονται ενάντια στους ίδιους τους ιστούς του σώματος (αυτοαντισώματα). Τα μακροφάγα και τα λεμφοκύτταρα καταστρέφουν τα βακτήρια, τα καρκινικά κύτταρα και άλλα αντιγόνα πιο αργά, υπάρχει πτώση λεμφοκυττάρων και συμπληρώματος, μειωμένη λειτουργικότητα αντισωμάτων.

Παράγοντες καθημερινότητας

Οι κυριότεροι παράγοντες της καθημερινότητας που προκαλούν καταστολή του ανοσοποιητικού είναι το κάπνισμα, η κακή διατροφή και η καθιστική ζωή.

“Ο κυριότερος φυσιολογικός παράγοντας που προκαλεί καταστολή του ανοσοποιητικού στον ενήλικο, είναι η προχωρημένη βιολογική ηλικία”

Κάπνισμα

Ο άκαυστος καπνός περιέχει νικοτίνη, καρκινογόνες ουσίες και τοξίνες, με την καύση όμως οι βλαπτικές ουσίες σύμφωνα με πολλαπλασιάζονται. Οι τοξικοί αυτοί παράγοντες αλλοιώνουν την τοπική άμυνα του αναπνευστικού επιθηλίου, με αποτέλεσμα την μειωμένη ανοσολογική ικανότητα. Η διαταραχή του ανοσοποιητικού επιδεινώνεται περαιτέρω στον χρόνο καπνιστή, λόγω της αύξησης του διοξειδίου του άνθρακα και της πτώσης του οξυγόνου του αίματος. Μελέτες έχουν αναδείξει σε καπνιστές σημαντική δυσλειτουργία των λευκών αιμοσφαιρίων.

Κακή διατροφή

Η κακή διατροφή δεν περιλαμβάνει επάρκεια θρεπτικών ουσιών και οδηγεί σε παχυσαρκία. Αντίθετα η μεσογειακή διατροφή που περιλαμβάνει καθημερινώς φρούτα, λαχανικά, σύνθετους υδατάνθρακες (π.χ. όσπρια, μαύρο ψωμί, δημητριακά ολικής άλεσης), extra παρθένο ελαιόλαδο, άπαχα γαλακτοκομικά προϊόντα ασκεί ευεργετικές για το ανοσοποιητικό σύστημα επιδράσεις.

Καθιστική ζωή

Η σωστή συστηματική άσκηση τουλάχιστον επί ημίωρο ημερησίως, οδηγεί σε αρτιότερη μεταβολική κατάσταση και κινητοποιεί αμυντικές εφεδρείες σε ολόκληρο το σώμα. Η κίνηση μπορεί να μην είναι οργανωμένη άσκηση (π.χ. γρήγορο βόδισμα).

Χρόνια Νοσήματα

Ο κατάλογος των νοσημάτων που προκαλούν αδύναμο ανοσοποιητικό σύστημα είναι μακρύς και οι παθοφυσιολογικοί μηχανισμοί διαφέρουν από περίπτωση σε περίπτωση.

Χαρακτηριστικά αναφέρουμε:

- Τις αλλεργίες
- Την αναιμία
- Την αιπνία
- Την υπερκόπωση
- Τη σπληνεκτομή
- Τον αλκοολισμό
- Τη στεφανιαία νόσο
- Την κίρρωση
- Την χρόνια αναπνευστική πνευμονοπάθεια
- Τη νεφρική ανεπάρκεια
- Την λοίμωξη από τον ιό του AIDS
- Τα ψυχιατρικά νοσήματα
- Τη σπληνεκτομή
- Νοσήματα υπό κορτικοειδή
- Τους πάσχοντες από χρόνιες μεταβολικές νόσους
- Τους πάσχοντες από καρκινώματα
- Τους διαβητικούς

Άυλα Barcode & ΕΟΠΥΥ

Γράφει, ο Δημήτρης Τσεντελιέρης
Τμήμα Πωλήσεων, MOBIACARE

Από το περασμένο Φθινόπωρο του 2018, ο ΕΟΠΥΥ έχει θέσει σε εφαρμογή το νέο του σύστημα για την αποζημίωση των ειδών του μέσω άυλων barcode. Η διαδικασία αυτή αν και έχει ως γνώμονα την ορθότερη ιχνηλάτηση και ορθή διακίνηση των προϊόντων δεν παύει να προσθέτει ένα επιπλέον κύκλο γραφειοκρατίας στις διαδικασίες διεκπεραίωσης των γνωματεύσεων, τόσο για τους εισαγωγείς όσο και για τα καταστήματα που εμπορεύονται τα προϊόντα.



Τα άυλα barcode τα εισαγάγει ο ΕΟΠΥΥ στη διαδικασία εκτέλεσης γνωματεύσεων με ιατροτεχνολογικά προϊόντα, υγειονομικό υλικό, αναλώσιμα και σκευάσματα ειδικής διατροφής. Τα barcode θα προσδίδουν στα προϊόντα ένα μοναδικό αριθμό αποζημίωσης ο οποίος και θα δημιουργείται και θα ακολουθεί το προϊόν από την παρασκευή – εισαγωγή του μέχρι και την τελική πώληση στον ασθενή και θα αντιστοιχεί στο εκάστοτε προϊόν μέχρι και την ανάλυσή του.

“ Τα barcode θα προσδίδουν στα προϊόντα ένα μοναδικό αριθμό αποζημίωσης ”

Η χρήση barcode πρέπει να αντιμετωπίζεται θετικά από όλους μας παρόλα τα προβλήματα και τις επιπλέον διαδικασίες που μπορεί να φέρνουν στην καθημερινότητα μας καθώς είναι σημαντικό να γίνεται ηλεκτρονικά η ταυτοποίηση των προϊόντων, ώστε να αποφεύγονται λάθη στις παραδόσεις ή ακόμα και στη χρήση τους αλλά και να αντιμετωπίζονται πιο άμεσα και ορθά οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν για όλους τους εμπλεκόμενους.

Η MOBIAC αναβαθμίζει τις Ηλεκτρονικές της Ιστοσελίδες

Γράφει, ο Αντώνης Γκεζέπης
Marketing, Τμήμα Social Media

Εν έτει 2018 η MOBIACARE προχώρησε σε ριζική ανανέωση της ιστοσελίδας που διατηρεί στο διαδίκτυο www.mobiakcare.gr.



Η παραπάνω κίνηση έγινε με γνώμονα όπως πάντα την καλύτερη εξυπηρέτηση των συνεργατών μας αλλά και την εν γένει αναβάθμιση της διαδικτυακής μας εικόνας. Η νέα ιστοσελίδα, η οποία σχεδιάστηκε με τις τελευταίες web τεχνολογίες, προσφέρει μεταξύ άλλων εξειδικευμένες υπηρεσίες σε εγγεγραμμένους χρήστες τόσο σε υλικό ποιότητας (πιστοποιητικά προϊόντων, τεχνικά χαρακτηριστικά κα) όσο και πολυμεσικό υλικό (φωτογραφίες, βίντεο φυλλάδια).

Ακόμα, οι συνεργάτες της MOBIAC, έχουν δυνατότητα καταχώρησης ηλεκτρονικών παραγγελιών κάτι το οποίο εκμηδενίζει τα περιθώρια λάθους και μας φέρνει ακόμα πιο κοντά στις αυτοματοποιημένες διαδικασίες που επιθυμούμε.



Στο ίδιο πλαίσιο κινήθηκε και το τμήμα πυροσβεστικών (MOBIACFIRE) το οποίο επίσης ανανέωσε τη δική του ιστοσελίδα www.mobiak.gr. Και στις δύο ιστοσελίδες εφαρμόστηκε το νέο λογότυπο MOBIAC, ολοκληρώνοντας το όμορφο αποτέλεσμα.

Νέα Εγκύκλιος για την Μετακίνηση Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες

Γράφει, ο **Νίκος Φραγκιουδάκης**
Τμήμα Πωλήσεων MOBIACARE

Νέα εγκύκλιος για την μετακίνηση ατόμων με ειδικές ανάγκες στα πλοία. Μέτρα για την ασφαλή μετακίνηση ατόμων με ειδικές ανάγκες με τα επιβατηγά πλοία, προβλέπει εγκύκλιος που υπογράφηκε τον Οκτώβριο του 2018. Η εγκύκλιος ρυθμίζει θέματα όπως η πρόσβαση στα πλοία, η σηματοδότηση, η μετάδοση αναγγελιών, ο συναγερμός και άλλες πρόσθετες απαιτήσεις για τη μετακίνηση των ατόμων αυτών εντός του πλοίου. Η υπογραφή, έρχεται μετά από αίτημα του Πανελληνίου Συλλόγου Παραπληγικών στις 27/9, αναφορικά με την πρόσβαση και μετακίνηση των ΑΜΕΑ με τα πλοία της ακτοπλοΐας.

Όπως μπορείτε να δείτε παρακάτω η εγκύκλιος προβλέπει ότι από την 1η Μαΐου του 2019, στα πλοία θα πρέπει μεταξύ άλλων να υπάρχει ειδικά διαμορφωμένος χώρος για την παραμονή των ΑΜΕΑ, ο κατάλληλος εξοπλισμός για την πρόσβασή τους, ειδική διαγράμμιση στο χώρο των οχημάτων για την πρόσβαση των ΑΜΕΑ από την είσοδο των πλοίων μέχρι τους ανελκυστήρες, ειδική σηματοδότηση των χώρων για τα ΑΜΕΑ στους κοινόχρηστους χώρους, ειδικό σύστημα για τη μετάδοση αναγγελιών για τα ΑΜΕΑ, θέσεις ασφάλισης των αμαξιδίων τους, ορισμός κατάλληλα εκπαιδευμένων μελών από τα πληρώματα για την εξυπηρέτηση των ΑΜΕΑ.

Εν λόγω εκπαίδευση θα τεκμηριώνεται, είτε μέσω των ελεγχόμενων διαδικασιών του Εγχειριδίου Ασφαλούς Διαχείρισης των πλοίων, υπόχρεων στην εφαρμογή του Κώδικα Ασφαλούς Διαχείρισης (ISM Code), είτε με τη χορήγηση σχετικής βεβαίωσης από την Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία, σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση.

5.Επιπροσθέτως επισημαίνεται ότι, έχει παρατηρηθεί πολλαπλάσιες να παραμένουν ΑΜΕΑ στα οχήματά τους επί των χώρων οχημάτων ειδικότερα σε Ε/Γ-Ο/Γ πλοία ανοικτού τύπου, με το αιτιολογικό ότι αυτά δεν μπορούν να μεταφερθούν από το χώρο οχημάτων στους χώρους ενδιάμεσης επιβατών, διότι καθίσταται εξαιρετικά δυσχερής η μετακίνησή τους, με τα διατιθέμενα επί του πλοίου μέσα και με την μη ενδεδειγμένη συνδρομή των ανειδίκευτων για τον σκοπό αυτό, μελών του πληρώματος. Προς αποφυγή τέτοιων περιπτώσεων και με γνώμονα τη διασφάλιση της αξιοπρέπειας και της σωματικής ακεραιότητας όλων των επιβαινόντων, που ανήκουν στην ευαίσθητη κοινωνική ομάδα των ΑΜΕΑ, πέραν της εκπαίδευσής που θα παρασχεθεί κατά τα οριζόμενα της παραγράφου 2 της παρούσης, να ληφθεί, έως την 01-05-2019, μέριμνα για εφοδιασμό καθίσματος-φορείου σε όλα τα Ε/Γ πλοία, που είναι υπόχρεα στην εφαρμογή του Εθνικού Σχεδίου Δράσης και μη, με τις ακόλουθες προδιαγραφές:

- 5.1. να είναι κατάλληλο για άμεση μεταφορά ασθενών από χώρους με περιορισμένη προσβασιμότητα,
 - 5.2. να διαθέτει τουλάχιστον 4 λαβές, για να είναι εφικτή η εύκολη και άμεση μετακίνηση του καθίσματος-φορείου σε κλίμακες ή ανισόπεδα τμήματα
 - 5.3. να διαθέτει ελαφρύ σκελετό κατασκευασμένο από αλουμίνιο
 - 5.4. να αναδιπλώνεται και να αποθηκεύεται εύκολα
 - 5.5. να διαθέτει δύο πτυσσόμενες χειρολαβές
 - 5.6. να διαθέτει δύο τροχούς στο πίσω μέρος του και η κίνησή του να γίνεται με αυτές
 - 5.7. να έχει δυνατότητα μέγιστου βάρους φορτίου τουλάχιστον 150 kg
6. Λιμενικές Αρχές, εντέλλονται όπως, διαπιστώσουν έως την 01-05-2019 την ύπαρξη του ως άνω περιγραφόμενου καθίσματος-φορείου σε όλα τα Επιβατηγά Πλοία.

Μπορείτε να δείτε αναλυτικά την εγκύκλιο και τις διευκρινήσεις στα παρακάτω link:
<https://www.alfavita.gr/sites/default/files/attachments/metakhnhseiw.pdf>
<http://www.nomotelia.gr/photos/File/85088-18.pdf>

Η ομάδα της MOBIACARE συνεχίζει αδιάκοπα την έρευνα για νέα καινοτόμα και ανταγωνιστικά προϊόντα και δεσμευόμαστε ότι θα συνεχίσουμε να σας προσφέρουμε πάντα τις καλύτερες λύσεις στις πιο ανταγωνιστικές τιμές της αγοράς.
Σας παρουσιάζουμε το νέο μας αναπηρικό για τις μετακινήσεις ατόμων με ειδικές ανάγκες στα επιβατικά πλοία:

κωδ. **0806473**

- Διαστάσεις: 90x51x91cm
- Διαστάσεις Κλειστό: 17x59x90cm
- Βάρος Προϊόντος: 10,5Kg
- Μέγιστο Βάρος Ασθενούς: 159Kg

Φορείο για μεταφορά ατόμων με κινητικά προβλήματα στα πλοία



Για περαιτέρω πληροφορίες παρακαλώ όπως απευθυνθείτε στο τμήμα πωλήσεων (τηλέφωνο: 2821063222 mail: mobiakcaresales@mobiak.gr)

Η Αναγκαιότητα Της Αποστείρωσης Των Κατ' Οίκου Αναπνευστικών Συσκευών

Γράφει, ο **Βασίλης Μπινιάκης**
Τμήμα Έρευνας & Ανάπτυξης R&D MOBIACARE

Οι αναπνευστικές συσκευές που χρησιμοποιούν οι ασθενείς κατ' οίκου, γίνονται πολύ συχνά εστίες μικροβίων και βακτηριδίων. Ο λόγος είναι η ελλιπέστατη συντήρησή τους. Αυτό μπορεί να προκαλέσει λοιμώξεις του αναπνευστικού που σίγουρα επιδεινώνουν την ήδη βεβαρημένη κατάσταση τους.

Η MOBIAC εισήγαγε στην προϊοντική της γκάμα, την μοναδική σε χαρακτηριστικά, φορητή συσκευή αποστείρωσης XD100. Το XD100 με μια εβδομαδιαία εφαρμογή, μέσω του κυκλώματος ασθενή, μπορεί να εξουδετερώσει έως και το 99,96% των βακτηριδίων όπου προκαλούν τόσες λοιμώξεις.

Εξαιτίας της τεχνολογίας αποστείρωσης Όζοντος και με την επαναστατική αυτόματη λειτουργία του, ο χρήστης πατάει μονάχα ένα πλήκτρο. Η συσκευή ενεργοποιείται για 35 λεπτά και αρχίζει να προωθεί το αέρα του περιβάλλοντος εμπλουτισμένο από το στοιχείο του όζοντος μέσα στην αναπνευστική συσκευή μέσω του κυκλώματος ασθενή. Τα πρώτα 30 λεπτά γίνεται η εκπομπή του όζοντος ενώ τα 5 τελευταία λεπτά της προγραμματισμένης λειτουργίας τους προωθεί απλό αέρα του περιβάλλοντος ώστε να «ξεπλυθεί» η έντονη, αποστειρωτική οσμή του όζοντος.



- Ozone disinfection
- One-button start
- Ultra-quiet
- Ozone never decline

Η συσκευή XD100 ενδείκνυται τόσο για επαγγελματική χρήση, σε εργαστήρια συντήρησης αναπνευστικών συσκευών όσο και για χρήση ερασιτεχνική, τελικού χρήστη για την ατομική συσκευή κάθε ασθενή. Τα καταστήματα Ι/Π μπορούν να χρησιμοποιήσουν την συσκευή ως μέθοδο παροχής υπηρεσίας αποστείρωσης προς τους πελάτες τους.

Η επαναφορτιζόμενη μπαταρία των 2000 mAh εξυπηρετεί την απόλυτη φορητότητα της συσκευής από το σπίτι έως και σε οποιοδήποτε ταξίδι συνοδεύει η αναπνευστική συσκευή τον χρήστη, ακόμα και σε αεροπλάνο αφού, βάση παγκόσμιων κανονισμών, η χωρητικότητα αυτή επιτρέπεται σε αεροπλάνο.

Γράφει, ο **Βασίλης Μπινιάκης**
Τμήμα Έρευνας & Ανάπτυξης R&D MOBIACARE

Ο θεός Ύπνος σύμφωνα με τους Αρχαίους Έλληνες είναι γιος της Νύχτας και του Ερέβους. Τον φαντάζονταν νέο, ωραίο, με φτερά στους ώμους, να αποκοιμίζει τους κουρασμένους καθώς τους ραντίζει με ένα κλαδί μουσκεμένο από τη δροσιά της λήθης ή καθώς τους ποτίζει από ένα κέρας υπνωτικών χυμούς ή απλά κουνώντας τα φτερά του.

Η δύναμη του θεού Ύπνου είναι πολύ μεγάλη. Μπορεί να κοιμίσει όλους τους θεούς και όλους τους ανθρώπους. Μάλιστα κοιμισε ακόμα και τον αρχηγό των θεών, τον Δία, παρά τη θέλησή του, ύστερα από πιέσεις της θεάς Ήρας η οποία ήθελε να επηρεάσει την εξέλιξη του Τρωικού Πολέμου. Η Ήρα επισκέπτεται τον Ύπνο στη Λήμνο που κατοικούσε. Τον προσφωνεί «άνακτα» (άρχοντα, βασιλιά) όλων των θεών και των ανθρώπων, για να τον πείσει, αλλά ο Ύπνος το σκέφτεται να τα βάλει με τον Δία, διότι είχαν προηγουμένα από το παρελθόν.

Πείθεται να το κάνει, αφού όμως πρώτα η Ήρα του ορκίστηκε να τον παντρεύσει με μία από τις νεότερες Χάριτες, την γλυκιά Παισιθέ, που τόσο επιθυμούσε. Ο Ύπνος με την Ήρα αναχωρούν μαζί για να βρουν το Δία. Η Ήρα σκορπάει στην καρδιά του Δία «γλυκιά αγάπη και επιθυμία» και ο Ύπνος μεταμορφωμένος σε πουλί, τον αποκοιμίζει. Να σημειώσουμε ότι η Παισιθέ είναι η θεά της χαλάρωσης και της ξεκούρασης, και έτσι καταλαβαίνουμε γιατί είναι τόσο πολύ επιθυμητή στον θεό Ύπνο !

“ Η δύναμη του θεού Ύπνου είναι πολύ μεγάλη. Μπορεί να κοιμίσει όλους τους θεούς και όλους τους ανθρώπους ”

Ο Ύπνος με την αγαπημένη του Παισιθέ, έκαναν παιδιά τους Όνειρους, που φυσικά ακολούθησαν την οικογενειακή επιχείρηση! Τα αδέρφια οι Όνειροι είναι: ο Μορφέας, ο Ίκελος, ο Φοβήτωρ και ο Φάντασος. Όλοι μαζί ονομάζονται “Όνειροι” και είναι οι θεοί των ονείρων. Κατοικούσαν στις ακτές του ωκεανού, στη Δύση, σε ένα σπήλαιο κοντά στα σύνορα του Αδη.

Οι όνειροι, έστελναν τα όνειρα στους θνητούς, μέσα από δύο πύλες που βρίσκονταν εκεί. Η μία πύλη ήταν φτιαγμένη από Κέρατο, και με αυτή έστελναν τα αληθινά όνειρα (προμνηύματα), ενώ με τη δεύτερη που ήταν φτιαγμένη από Ελεφαντόδοντο, έστελναν τα ψεύτικα όνειρα.

Αναλυτικά τα παιδιά του θεού Ύπνου είναι οι εξής:
Μορφέας

Το όνομα, βγήκε από τη λέξη “Μορφή” και σχετίζεται με την ικανότητά του να παίρνει οποιαδήποτε ανθρώπινη μορφή και να εμφανίζεται στα όνειρα. Έχει την ιδιότητα να στέλνει εικόνες στα όνειρα ή στα οράματα των ανθρώπων, να τα διαμορφώνει, και να μορφοποιεί τα όντα που κατοικούν σε αυτά. Η δράση του Μορφέα είναι πρωταγωνιστική, αλλά όχι αποκλειστική. Ο Μορφέας είναι ο πιο ισχυρός από τους υπόλοιπους, για αυτό και είναι ο μοναδικός θεός που μπορεί να επέμβει στα όνειρα των βασιλιάδων και των ηρώων, ενώ όπως λένε μετέφερε τα μηνύματα των θεών στους θνητούς, με τη μορφή ονείρων.

Φοβήτωρ

Κάνει τα όνειρα τρομακτικά. Είναι η προσωποποίηση του εφιάλτη, και παίρνει μορφή τεράτων ή τρομακτικών ζώων.

Φάντασος

Παράγει τα δυσνόητα και πλασματικά όνειρα, ενώ εμφανίζεται χωρίς ζωτική μορφή. Είναι η προσωποποίηση της φαντασίας.

Ίκελος

Βοηθάει τις πτυχές των ονείρων που απεικονίζουν τη πραγματικότητα, κάνοντάς τα ρεαλιστικά.

Αννουσάκειο Ίδρυμα της Ιεράς Μητρόπολης Κισάμου & Σελίνου

Γράφει, η **Δήμητρα Μαρκάκη**
Υπεύθυνη καταστήματος Λιανικής Ν. Χανίων, Pyromedical

Μια ιστορία 51 χρόνων που σε κάποια από αυτά έχει σύμμαχο του την εταιρία μας. Σύμφωνα με τον Ιδρυτή του Αννουσάκειου Ιδρύματος, μακαριστό Μητροπολίτη Κισάμου και Σελίνου κυρό Ειρηναίο, το έναυσμα της λειτουργίας ενός συστήματος φροντίδας, διαφαίνεται μέσα από τα ακόλουθα λόγια του:

“Η προσφορά αυτή ξεκίνησε με δαύμα του Θεού και συνεχίζει στην πρόνοια Του. Το θέρους του 1967 με επισκέφθη στο γραφείο μου ο Γεώργιος Αννουσάκης από τα Μεσόγεια Κισάμου, που διέμενε στο Σπρινγκς-Φιλντ Αμερικής και μου εξέφρασε την επιθυμία να επιχρυσώσει το ασημένιο εικόνισμα του Αγίου Σπυρίδωνα Καστελλίου, προς τον οποίο έτρεφε ιδιαίτερη ευσέβεια. Τον συνεχάρη για τα ευλαθή του αισθήματα, αλλά τροποποίησα την επιθυμία του και του είπα: “Κύριε Αννουσάκη, ο Άγιος Σπυρίδωνας φορεί καλά φορέματα (ασημένια) και δε νομίζω πως θα ήθελε καλύτερα, γιατί οι Άγιοι είναι ταπεινοί. Αν θέλετε όμως, να κάνετε ένα καλό στην Εκκλησία, δώστε τα χρήματα, που διαθέτετε, να βάλω κι εγώ όσα μέρα πληθύνουν στα χωριά μας, για τους Γέροντες, που κάθε μέρα πληθύνουν στα χωριά μας, γιατί τα παιδιά των φειγούν στις πολιτείες και μένουν συχνά απροστάτευτοι”.
“Θα κάμω ό,τι μου λείεις, Δέσποτά μου”, απαντά ο ευλαθής Χριστιανός. Και πρόσθεσε: Έχω στη διάθεσή μου πενήντα χιλιάδες (50.000) δολάρια και τα διαθέτω ευχαρίστως γι’ αυτό το σκοπό...Ευχαριστήσαμε τον φιλόκληρο δωρητή, αγοράσαμε με χρήματα της Μητροπόλεως ένα ευρύχωρο οικόπεδο, δέκα περίπου στρεμμάτων, από τους αδερφούς Ψωματάκη (ήταν αμπελώνας), στην περιοχή του Πύργου και το 1968 αρχίσαμε την οικοδομή του Γηροκομείου...”

“... να βάλω κι εγώ όσα μπορώ, να δημιουργήσουμε μια στέγη για τους Γέροντες...”

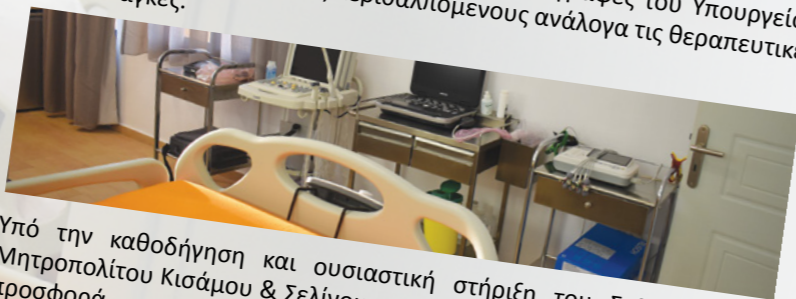
Στο διάβα ενός μακρού μονοπατιού στον χώρο της υγείας, της κοινωνικής φροντίδας, και της αλληλεγγύης, το Αννουσάκειο Ίδρυμα μετρά περισσότερα από πενήντα έτη κοινωνικής προσφοράς στον πάσχοντα αδελφό. Στην πάροδο των χρόνων, σταθμός ήταν το έτος 1985 όταν ο τότε Πρόεδρος του Ιδρύματος, αείμνηστος, Σεβασμιώτατος Μητροπολίτης Κισάμου & Σελίνου κ. Ειρηναίος, ανταποκρινόμενος στις ανάγκες της εποχής, άρχισε να μετουσιώνει αυτόν τον μικρό χώρο φιλοξενίας 20 ηλικιωμένων γυναικών, ασυλτακής μορφής σε σύγχρονο Κέντρο περίθαλψης χρονίων πασχόντων. Το 1994 το παρεχόμενο σύστημα περίθαλψης υποστήριξε την νοσηλεία έως 100 ατόμων γεγονός που έδωσε το έναυσμα στο Ίδρυμα να πρωτοστατήσει στην παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών περίθαλψης προς την τοπική κοινωνία. Η αρχή του εκσυγχρονισμού είχε ήδη επιτευχθεί, όταν στις παρεχόμενες υπηρεσίες της οίτισης, στέγασης και ένδυσης συμπεριλήφθηκαν η ιατρική παρακολούθηση, η εξειδικευμένη εικοσιτετράωρη νοσηλευτική φροντίδα, η θεραπευτική απασχόληση, η κινησιοθεραπεία, η αποκατάσταση μέσων της φυσιοθεραπείας, η ψυχοκοινωνική υποστήριξη, η ανάπτυξη δεσμών με την κοινότητα, η συνεργασία με φορείς για την διοργάνωση συνεδρίων, σεμιναρίων, εκθέσεων εργασιοθεραπείας, πολιτισμικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων ως και άλλων πολλών δράσεων.

Λαμβάνοντας υπ’ όψιν ότι η τεχνολογία εξελίσσεται και η θεραπευτική αποκατάσταση απαιτεί περαιτέρω εξειδικευμένη αντιμετώπιση, διευρύνθηκε ο σκοπός του Ιδρύματος με την οργάνωση τεσσάρων Κέντρων Φυσιοθεραπείας: το 1996 στην Κίσαμο, το 2002 στις Βουκολιές,

το 2003 στην Παλαιόχωρα και το 2007 στην Κάνδανο. Δόθηκε έτσι βαρύτητα στην εξασφάλιση της πρόσβασης της τοπικής κοινωνίας σε υπηρεσίες υγείας, ώστε να μην υπάρχει κοινωνικός αποκλεισμός στις ορεινές δυσπρόσιτες περιοχές από τα μεγάλα αστικά κέντρα. Η συμμετοχή των ασθενών εξακολουθεί να είναι συμβολική, ώστε να εξασφαλίζεται η λειτουργία και η συνέχιση των δομών, οι οποίες στην παρούσα φάση επαναπροσδιορίζονται ως προς τον ρόλο που θα κληθούν να αναλάβουν στο μέλλον.

Στην κοινωνική προσφορά του Ιδρύματος πρωτοποριακή είναι η ανάπτυξη διακρατικών συνεργασιών από το 2000 έως και σήμερα με Ευρωπαϊκούς ομόλογους φορείς, κυρίως από Νορβηγία, Γαλλία, Βέλγιο, Γερμανία, Ιταλία, μέσω της συμμετοχής του Ιδρύματος στο Ευρωπαϊκό πρόγραμμα LeonardoDaVinci και στην συνέχεια Erasmus. Συγκεκριμένα το Ίδρυμα μετατρέπεται σε χώρο πρακτικής άσκησης νοσηλευτών από το εξωτερικό και ταυτόχρονα δίνεται η ευκαιρία της επιμόρφωσης των εργαζομένων του ώστε να ανταποκριθούν στον εκπαιδευτικό τους ρόλο.

Το 2005 Πρόεδρος του Ιδρύματος γίνεται ο νέος Μητροπολίτης Κισάμου και Σελίνου κ. Αμφιλόχιος Ανδρονικάκης, ως άξιος συνεχιστής της κληρονομιάς που παρέλαβε από τον αείμνηστο προκατόχο του, Γέροντα Ειρηναίο ο οποίος σχεδιάζει μία νέα προοπτική: Την διεύρυνση των εγκαταστάσεων με την δημιουργία του 1ου ορόφου του Ιδρύματος, με δέκα (10) διαμερίσματα, που εγκαινιάστηκαν το 2008. Ο χώρος αυτός, ως Μονάδα Νοσηλείας σήμερα του Κέντρου Αποθεραπείας και Αποκατάστασης Κλειστής Νοσηλείας «Ο Άγιος Σπυρίδων» αποτελεί κομμάτι της σύγχρονης τεχνολογίας στον τομέα της υγείας και με αυτή την μορφή λειτουργεί, με όλες τις νόμιμες προδιαγραφές, από τον Αύγουστο του 2013. Σκοπός είναι η παροχή οργανωμένου θεραπευτικού προγράμματος Αποθεραπείας-Αποκατάστασης, ως ενδιάμεσο διάστημα για την άρτια μετάβαση του ατόμου, στο οικείο οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον. Παράλληλα την ίδια χρονιά ανακαινίζεται πλήρως και διαμορφώνεται πτέρυγα, ειδικά για την νοσηλεία και την φροντίδα ασθενών που πάσχουν από άνοια, με προδιαγραφές του Υπουργείου Υγείας, διαχωρίζοντας τους περιθαλτόμενους ανάλογα τις θεραπευτικές τους ανάγκες.



Υπό την καθοδήγηση και ουσιαστική στήριξη του Σεβασμιωτάτου Μητροπολίτου Κισάμου & Σελίνου κ. Αμφιλόχιου και με την καθημερινή προσφορά του Διοικητικού Διευθυντή Πρωτοπρεσβυτέρου του Οικουμενικού Θρόνου, π. Αρετάκη Αντωνίου, καθώς και με την συνεργασία όλου του προσωπικού του Ιδρύματος, το μέγεθος της κοινωνικής προσφοράς και κοινωνικής αλληλεγγύης στην κοινότητα διευρύνθηκε το 2012, ανταποκρινόμενο στις σύγχρονες κοινωνικές απαιτήσεις, μέσα από την οργάνωση υποστηρικτικών υπηρεσιών, όπως Φαρμακείο, καθώς και μια άρτια εξοπλισμένη Κινητή Ιατρική Μονάδα, Ο όμιλος της εταιρείας MOBIAK A.E στέκεται αρωγός στο κοινωνικό έργο που επιτελεί το Ίδρυμα στην Χανιώτικη και λοιπή Κρητική κοινωνία και όχι μόνο, καθώς επίσης οι συντονισμένες προσπάθειες της θυγατρικής του ομίλου «PyromedicalEPE», υπό την καθοδήγηση της κας. Ειρήνης Σβουράκη, με άρτια εξειδικευμένο – εκπαιδευμένο προσωπικό έχει ως κύριο στόχο της, την παροχή ιατρικών μηχανημάτων-αναλωσίμων καθώς και ιατρικών αερίων.

Μοιραζόμαστε το όραμα του Ιδρύματος και είμαστε εκεί για να εξασφαλίζουμε την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών μας, ώστε το Αννουσάκειο Ίδρυμα να συνεχίζει την πολύτιμη κοινωνική προσφορά του.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Το ΔΣ του Συλλόγου Φίλων Ατόμων τρίτης Ηλικίας Ιεράπετρας ευχαριστεί θερμά την εταιρεία MOBIAK ΑΕ ΙΑΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ, ΙΑΤΡΙΚΑ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΑΕΡΙΑ & ΠΥΡΟΣΒΕΣΤΙΚΑ ΕΙΔΗ και προσωπικά την οικογένεια Σβουράκη, για την προσφορά τους σε πλήρη εξοπλισμό πυρόσβεσης στο κτήριο του γηροκομείου μας.

Η Γραμματέας: Σφακιανάκη Λένα
Ο Πρόεδρος: Αγγελάκης Ι. Γεώργιος

Η Επίλεκτη Ομάδα Ειδικών Αποστολών Δήμου Χανίων (ΕΠ.ΟΜ.Ε.Α. Χανίων) ευχαριστεί θερμά την εταιρία MOBIAK Α.Ε., η οποία δραστηριοποιείται τόσο στον τομέα του πυροσβεστικού εξοπλισμού και των αερίων, όσο και στην κατασκευή και εμπορία Ιατρικού Εξοπλισμού - Home Care. Η MOBIAKCARE (Medical Equipment - Home Care) πραγματοποίησε χορηγία ενός απινιδωτή, εμπλουτίζοντας τον ιατρικό εξοπλισμό της ομάδας. Η προσφορά της MOBIAK Α.Ε. στο έργο της ομάδας είναι πολύτιμη. Αποτελεί προσφορά ζωής!

Πρόεδρος,
Βαβουράκης Εμμανουήλ
Μέλη,
Μπουντρογιάννη
Χριστοφία,
Μαναρώλης Μαθαίος



Κύριοι,
Πιστεύουμε ότι μια τυπική επιστολή δεν μπορεί να ανταποκριθεί στα αισθήματα που δημιουργήσε η δωρεά σας στην υπηρεσία μας. Η ενέργειά σας είναι ιδιαίτερα τιμητική και χρήσιμη μιας και η υδραυλική δοκιμή των δεκαοκτώ (18) φιαλών αναπνευστικών συσκευών θα βοηθήσει στην εύρυθμη λειτουργία της υπηρεσίας μας. Για τη χειρονομία σας αυτή, εγώ προσωπικά και οι υπάλληλοι της Υπηρεσίας μας, σας εκφράζουμε τις ευχαριστίες μας και σας ευχόμαστε ολόψυχα το καλύτερο για την επιχείρησή σας. Αναγνωρίσατε για ακόμα μια φορά το κοινωνικό έργο του Πυροσβεστικού Σώματος Πυροσβεστική Υπηρεσία Κισάμου

Ο Διοικητής
Νικολουδάκης Π. Γεώργιος
Πυραγός

Το Κεντρικό Λιμεναρχείο Χανίων ευχαριστεί θερμά την εταιρεία MOBIAK ΑΕ και τον νόμιμο εκπρόσωπό της, κ. Σβουράκη Εμμανουήλ για τη δωρεάν παραχώρηση εξοπλισμού και τη συντήρηση – αναγόμωση των φορητών πυροσβεστήρων των κτηρίων της υπηρεσίας μας.

Η Δ/ση Δασών Χανίων ευχαριστεί δια του Τύπου την εταιρεία MOBIAK ΑΕ η οποία στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της αποφάσισε χωρίς τη δική μας αίτηση να ενισχύσει την Αντιτυρική Υποδομή του Εθνικού Δρυμού Σαμαριάς παρέχοντας πέντε πυροσβεστικές φωλιές, πλήρως εξοπλισμένες. Οι φωλιές αυτές θα τοποθετηθούν άμεσα σε επίκαιρα σημεία του Δρυμού κατόπιν συνεννόησης με την έχουσα την ευθύνη της Πυροπροστασίας, Πυροσβεστική Υπηρεσία.

Ανεμος Χανίων Ο Αθλητικός και Πολιτιστικός Σύλλογος «Ανεμος» Ευχαριστεί θερμά την εταιρεία «MOBIAK ΑΕ» Χρυσή Χορηγό του Αγώνα «CHANIATHLON 2018» που πραγματοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία την Κυριακή 20/5/18 στους Αγίους Αποστόλους, Χανίων.

Η πρόεδρος του Συλλόγου
Ψούνη Αφροδίτη

Το Αννουσάκειο Θεραπευτήριο της Ιεράς Μητρόπολης Κισάμου και Σελίνου ευχαριστεί θερμά όλους τους συνέβαλαν στην επιτυχή διοργάνωση της συναυλίας Κοινωνικής Αλληλεγγύης με την Ελένη Βιτάλη και τον Νίκο Ζιώγαλα στις 25 Ιουνίου 2018 στον προαύλιο χώρο της Ιεράς Μητρόπολης Κισάμου και Σελίνου. Σε αυτό το εγχείρημα, για συμμετοχή της κοινότητας στη συλλογιστική διαχείριση των αναγκών των ευπαθών και οικονομικά αδύναμων κοινωνικών ομάδων, η ανταπόκριση έφτασε στο μέγιστο δυνατό βαθμό. Συγκεκριμένα φορείς, πολίτες, εθελοντές και ιδιωτικές εταιρείες απέδειξαν στάση κοινωνικής αλληλεγγύης, τόσο όσο αφορά την ηθική παρουσία του κόσμου στη συναυλία, όσο και την οικονομική ενίσχυση, μέσω της χορηγίας σε χρηματικά ποσά. Συγκεκριμένα ένα θερμό ευχαριστώ απευθύνεται στους κάτωθι χορηγούς: (Πρώτη Μεταξύ άλλων) MOBIAK ΑΕ - Μεγάλος Χορηγός



Επιβράβευση Συνεργάτη

“Γράφει, η **Σοφία Ψυλλάκη**

Ηλ. Μηχανικός & Μηχανικός Η/Υ, Τμήμα Πωλήσεων Ελλάδος

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1974 στην οδό Λαγκαδά 98 της Θεσσαλονίκης από τον Τσερτσή Κυριάκο και ήταν μια από τις πρώτες εταιρείες προμήθειας πυροσβεστικού εξοπλισμού στην Θεσσαλονίκη, αλλά και σε ολόκληρη τη Βόρεια Ελλάδα.

Η πορεία της επιχείρησης υπήρξε σταθερά ανοδική, με συνεχή αύξηση του πελατολογίου. Οι συνεργασίες με μεγάλες επιχειρήσεις του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα, την έφεραν σε μια από τις πρώτες θέσεις στην προμήθεια πυροσβεστικών ειδών, στην συντήρηση – αναγόμωση πυροσβεστήρων και στην εγκατάσταση συστημάτων πυρόσβεσης και πυρανίχνευσης.

Το 2003 υπήρξε μια χρονιά ορόσημο, καθώς ξεκίνησε μια σταθερή και αποκλειστική συνεργασία με μια από τις κορυφαίες εταιρείες πυροσβεστικού εξοπλισμού, όχι μόνο της εγχώριας αλλά και της παγκόσμιας αγοράς, την MOBIAK A.E.

Το 2006 η εταιρεία Τσερτσής Κυριάκος πιστοποιείται από την ΕΒΕΤΑΜ ως αναγνωρισμένη εταιρεία συντήρησης & αναγόμωσης πυροσβεστήρων χαμηλής & υψηλής πίεσης, ενώ λαμβάνει και πιστοποιητικό ISO 9001:2001

Το 2012 τα ηνία της επιχείρησης πέρασαν στους υιούς του Κυριάκου και η εταιρεία από ατομική μετατράπηκε σε ομόρρυθμη εταιρεία με την επωνυμία **Γεώργιος Τσερτσής – Ιωάννης Τσερτσής Ο.Ε.**, ενώ οι εγκαταστάσεις της εταιρείας μεταφέρθηκαν σε ιδιόκτητο χώρο.

Το 2017 η εταιρεία πιστοποιήθηκε ως αναγνωρισμένο κέντρο επανελέγχου φιαλών, ενώ το 2018 πιστοποιήθηκε για τις υπηρεσίες της με σύστημα διαχείρισης ISO 9001:2015.

Όλα αυτά τα 15 χρόνια υπήρξε αμοιβαία, ουσιαστική και εποικοδομητική η συνεργασία μας με την MOBIAK A.E. Σας ευχαριστούμε που σταθήκατε και στέκεστε συνοδοιπόροι μας σε αυτό το επαγγελματικό μας ταξίδι.

Με εκτίμηση
Τσερτσής
Γεώργιος & Ιωάννης



Αγαπητοί Γιώργο & Γιάννη,

Ευχαριστούμε θερμά για την άψογη συνεργασία που έχουμε όλα αυτά τα χρόνια, συνεχίζουμε μαζί το ταξίδι ...

Εκ μέρους της διοίκησης, σας επιβραβεύουμε με προϊόντα συμβολικής αξίας 500€ με πολλή αγάπη & σεβασμό.