

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	13
----------	----

ΕΝΟΤΗΤΑ Α΄ ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

Κεφάλαιο 1 Βήμα πρώτο: Ενόραση και όραμα	29
1.1 Πώς διαχειρίζομαι το «αυτονόητο»	29
1.1.1 Η διαπροσωπική επικοινωνία	30
1.1.2 Η διαίσθηση και το κίνητρο	33
1.1.3 Η ευαισθητοποίηση στη βιώσιμη επιχειρηματικότητα	36

Κεφάλαιο 2 Βήμα δεύτερο: Καινοτομία και δημιουργικότητα	39
2.1 Πώς διαχειρίζομαι τις «ιδέες»	39
2.1.1 Η διαρκής αναζήτηση	41
2.1.2 Η δημιουργική προσαρμογή	42
2.2 Διαχείριση ιδεών, εντοπισμός, εκμετάλλευση και αξιοποίηση ευκαιριών στο μοντέλο της βιώσιμης ανάπτυξης	45
2.3 Καινοτομία και βιώσιμη επιχειρηματικότητα	46

Κεφάλαιο 3 Βήμα τρίτο: Ψυχραιμία και ευάγχος	51
3.1 Πώς διαχειρίζομαι τις «αλλαγές»	51
3.1.1 Η προσωπική οργάνωση	52
3.1.2 Η κατάλληλη ψυχολογία	56

ΕΝΟΤΗΤΑ Β΄ Η ΔΡΑΣΗ

Κεφάλαιο 4 Βήμα τέταρτο: Ισχύς και έλξη	65
4.1 Πώς θα δημιουργήσω «ενδιαφέρον»	65
4.1.1 Το ελκυστικό μάρκετινγκ	66
4.1.2 Το εξατομικευμένο μάρκετινγκ	73
4.1.3 Η λειτουργία του μάρκετινγκ σε περίοδο κρίσης	76

4.1.4	Το πράσινο μάρκετινγκ και η βιώσιμη επιχειρηματικότητα	81
4.1.5	Παραδοσιακό και πράσινο μάρκετινγκ: Συγκλίσεις και αποκλίσεις	92
Κεφάλαιο 5 Βήμα πέμπτο: Λύσεις και δυνατότητες		97
5.1	Πώς θα με επιλέξουν...	97
5.1.1	Ο καταναλωτής αλλάζει	98
5.1.2	Τα 14 βήματα της πώλησης	99
5.1.3	Το ιδανικό μοντέλο επιτυχίας στις πωλήσεις	107
5.1.4	Οι εννέα συμβουλές για να μη χάνεται η πώληση	108
5.2	Οι εξελίξεις τρέχουν	109
5.3	Η οργάνωση του δικτύου πωλήσεων	111
5.4	Προσεκτικός βηματισμός	113
5.5	Τα χαρακτηριστικά της εταιρείας που προσφέρει υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης	117
5.6	Δώδεκα στοιχεία ενίσχυσης του ηθικού των πωλητών	117
5.7	Πράσινη αγορά, πράσινος πωλητής, πράσινο καταναλωτής	119
5.7.1	Το προφίλ του πράσινου καταναλωτή	120
5.7.2	Το προφίλ του πράσινου πωλητή	122
5.7.3	Πράσινη αγορά	125
Κεφάλαιο 6 Βήμα έκτο: Φροντίδα και ποιότητα		127
6.1	Πώς θα τους κάνω να με εκτιμήσουν...	127
6.1.1	Η δημιουργία της σχέσης	128
6.1.2	Η «παραξηγημένη» ποιότητα	132
6.1.3	Η αλλαγή του τρόπου σκέψης οδηγεί στην αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς	138
Κεφάλαιο 7 Βήμα έβδομο: Τοποθέτηση και ταυτότητα		143
7.1	Πώς θα ξεχωρίσω...	143
7.1.1	Η ισορροπία ανάμεσα στην εταιρεία και στο προϊόν	144
7.1.2	Το κατάλληλο μήνυμα με τα κατάλληλα μέσα	148
7.2	Το πράσινο μήνυμα	156

7.2.1	Η ταυτότητα του πράσινου προϊόντος	157
7.2.2	Επικοινωνών με τον πράσινο καταναλωτή	159
Κεφάλαιο 8 Βήμα όγδοο: Οικονομική αντοχή και κερδοικανότητα		163
8.1	Πώς διατηρούμαι οικονομικά υγιής	163
8.1.1	Η τιμολόγηση και η είσπραξη	164
8.1.2	Η αξιολόγηση κινδύνων και οι επενδύσεις	179
8.2	Βιώσιμη επιχειρηματικότητα: Οικονομικοί πόροι και τιμές προϊόντων και υπηρεσιών	181
8.3	Η χρηματοοικονομική διαχείριση στις πράσινες επιχειρήσεις	185
8.3.1	Η πράσινη χρηματοδότηση	186
8.3.2	Η περιβαλλοντική λογιστική	187
8.3.3	Τα πράσινα ομόλογα	187
8.4	Τιμές πράσινων προϊόντων	188

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ΄ Η ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ

Κεφάλαιο 9 Βήμα ένατο: Συμμετοχή και κίνηση		193
9.1	Οι άνθρωποί μου: Η δύναμή μου	193
9.1.1	Η δημιουργική ηγεσία	194
9.1.2	Η αξιολόγηση των ανθρώπων	204
9.2	Το ανθρώπινο δυναμικό της πράσινης επιχείρησης	210
9.2.1	Η πράσινη ηγεσία	212
9.2.2	Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού στην πράσινη επιχείρηση	218
Κεφάλαιο 10 Βήμα δέκατο: Προσανατολισμός και σχέδιο		229
10.1	Κάνω το πρόγραμμα πράξη	229
10.1.1	Η χωροταξία των πληροφοριών	229
10.1.2	Η ευέλικτη στρατηγική	231
10.2	Πράσινες επιχειρήσεις: Πορεία με πυξίδα	241
10.2.1	Τράπεζα πράσινων πληροφοριών	242
10.2.2	Περιβαλλοντική στρατηγική	242

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ΄
Η ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΣΤΑΣΗ

Κεφάλαιο 11 Το υπεύθυνο αποτύπωμα	257
11.1 Υπεύθυνη στάση	257
11.2 Οι πόροι δεν είναι απεριόριστοι	263
11.3 Η ευθύνη απέναντι στις μελλοντικές γενιές	267

ΕΝΟΤΗΤΑ Ε΄
ΟΛΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

Κεφάλαιο 12 Η δημιουργική ολιστική επιχειρηματική δράση από τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις	273
12.1 Βήμα πρώτο: Η θεωρία του μήλου	273
12.2 Βήμα δεύτερο: SOS – Αντιμετωπίζω την επιχείρηση ως ένα σύστημα από μέρη που αλληλοεπηρεάζονται	274
12.3 Βήμα τρίτο: TBS – Η λειτουργική και αποτελεσματική συνέργεια των επιχειρηματικών δράσεων	278

ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΤ΄
ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΡΑΜΜΕΝΟ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Κεφάλαιο 13 Αλλαγή μοντέλου παραγωγής και κατανάλωσης	281
Κεφάλαιο 14 Η επιχείρηση του μέλλοντος	287
Βιβλιογραφία	295
Ξενόγλωσση	295
Ελληνική	301