

***ROYAL DOCKS SCHOOL OF BUSINESS AND LAW***

MBA in International Business

**Business Simulation with Professional Development:**

Our Success Story: A Personal Development and Reflective Feedback Approach

**Mentor:**

Κ. Ρέπτση Μαρία

**UEL NUMBER**

2020732

***Date***

2023/03/20

Business Simulation

Contents

[1. Επιτελική Σύνοψη 2](#_Toc135078589)

[2. Περιγραφή του Οράματος και της Στρατηγικής της εταιρείας στην προσομοίωση 3](#_Toc135078593)

[3. Σχέδιο Δράσης 5](#_Toc135078594)

[4. Αποτελέσματα 8](#_Toc135078596)

[5. Μελλοντική Εταιρική Στρατηγική 11](#_Toc135078597)

[6. Επίλογος 15](#_Toc135078602)

[ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - Πηγές 29](#_Toc135078619)

[References 29](#_Toc135078620)

[ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – Ημερολόγιο 32](#_Toc135078621)

[ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – Εικόνες 36](#_Toc135078626)

# Επιτελική Σύνοψη

## Εισαγωγή

Αυτή η έκθεση παρουσιάζει μια επισκόπηση του στρατηγικού μας ταξιδιού στη βιομηχανία προσομοίωσης αθλητικών sneaker από το 2024 έως το 2030. Ξεκινήσαμε με μια εστιασμένη στρατηγική, δίνοντας έμφαση στην ποιότητα και την ηγετική θέση στην αγορά. Καθώς περιηγούμασταν στις πολυπλοκότητες και τις προκλήσεις του κλάδου, οι αποφάσεις και οι ενέργειές μας δοκιμάζονταν συνεχώς. Ανταποκριθήκαμε με ανθεκτικότητα, προσαρμοστικότητα και καινοτομία, που χαρακτηρίστηκαν από σημαντικά ορόσημα όπως η επιτυχημένη κυκλοφορία ενός νέου προϊόντος. Η απόδοσή μας όσον αφορά την κατάταξη και την τήρηση των KPI ήταν απόδειξη των στρατηγικών αποφάσεων μας φέρνοντας πρώτη θέση. Κοιτάζοντας το μέλλον, μοιραζόμαστε το στρατηγικό μας όραμα, με στόχο την ενίσχυση της επιτυχίας μας και την ενίσχυση της παρουσίας μας στην αγορά.

## Τρέχουσες αποφάσεις και αποτελέσματα

Επέκταση της αγοράς: Μία από τις πιο σημαντικές αποφάσεις που λάβαμε ήταν να επεκτείνουμε την παρουσία μας στην αγορά εισερχόμενοι στην ομάδα αγορών οικειότητας πελατών. Αυτή η απόφαση μας επέτρεψε να διαφοροποιήσουμε τις προσφορές μας και να προσεγγίσουμε ένα ευρύτερο κοινό, διασφαλίζοντας τη συνεχή ανάπτυξή μας και το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα.

Οικονομική στρατηγική: Όταν αντιμετωπίσαμε οικονομικές προκλήσεις, επιλέξαμε να λάβουμε δάνεια αντί να περικόψουμε το προσωπικό ή να θέσουμε σε κίνδυνο την ποιότητα των προϊόντων μας. Αυτό απέδειξε τη δέσμευσή μας στις αξίες της εταιρείας μας και την ευημερία των εργαζομένων μας και τελικά αποδείχθηκε μια σωστή απόφαση που συνέβαλε στην επιτυχία μας.

Δυναμική της ομάδας: Η εστίασή μας στην ενεργητική ακρόαση και την ανοιχτή επικοινωνία έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση ενός συνεργατικού και υποστηρικτικού περιβάλλοντος ομάδας. Αυτό, με τη σειρά του, μας έδωσε τη δυνατότητα να εργαστούμε αποτελεσματικά για τους κοινούς μας στόχους και να λάβουμε καλά ενημερωμένες αποφάσεις.

Δικτύωση και συνεργασίες: Η δημιουργία στρατηγικών συνεργασιών με άλλες ομάδες αποδείχθηκε απαραίτητη για την παραμονή μπροστά από τον ανταγωνισμό. Αυτές οι συμμαχίες μας επέτρεψαν να μάθουμε από άλλους, να μοιραζόμαστε πόρους και να συνεργαζόμαστε σε αμοιβαία επωφελή έργα, ενισχύοντας τη συνολική μας επαγγελματική ανάπτυξη.

## Μελλοντική Στρατηγική

Διαχείριση χρόνου και ιεράρχηση προτεραιοτήτων: Πρέπει να συνεχίσουμε να βελτιώνουμε την ικανότητά μας να διαχειριζόμαστε αποτελεσματικά πολλαπλές εργασίες και προθεσμίες.

Επίλυση συγκρούσεων: Η ανάπτυξη καλύτερων δεξιοτήτων επίλυσης συγκρούσεων θα μας βοηθήσει να πλοηγηθούμε πιο αποτελεσματικά στις περιστασιακές διαφωνίες και να διατηρήσουμε μια θετική δυναμική της ομάδας.

Αναλυτικές δεξιότητες: Η ενίσχυση της ικανότητάς μας να αναλύουμε πολύπλοκα σύνολα δεδομένων και να αντλούμε γνώσεις που να μπορούν να υλοποιηθούν θα συμβάλει στην καλύτερη λήψη αποφάσεων και στη βελτιωμένη απόδοση.

Συναισθηματική νοημοσύνη: Η εστίαση στην αύξηση της συναισθηματικής μας νοημοσύνης θα μας επιτρέψει να κατανοήσουμε και να διαχειριστούμε καλύτερα τα συναισθήματά μας και των μελών της ομάδας μας, δημιουργώντας ένα πιο υποστηρικτικό εργασιακό περιβάλλον.

K.I.S.S (keep it simple): Μην ξεχνάς το πρωταρχικό όραμα.

# Περιγραφή του Οράματος και της Στρατηγικής της εταιρείας στην προσομοίωση

Όραμα: Το όραμα της εταιρείας μας ήταν να γίνει ηγέτης στον κλάδο μας, προσφέροντας καινοτόμα, υψηλής ποιότητας προϊόντα που καλύπτουν τις ανάγκες και τις προτιμήσεις του κοινού-στόχου μας. Παράλληλα, διατηρούσαμε μια ισχυρή δέσμευση για κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη, ακολουθώντας τις αρχές της τριπλής κατώτατης γραμμής (Elkington, 1997). Μέσω αυτής της προσέγγισης, επιδιώκαμε τη βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος, την προαγωγή της κοινωνικής ευημερίας και την προστασία του περιβάλλοντος, εξισορροπώντας ταυτόχρονα την οικονομική απόδοση της εταιρείας.

Αξίες: Οι βασικές μας αξίες περιελάμβαναν την ικανοποίηση των πελατών, την ποιότητα, την καινοτομία, την κοινωνική ευθύνη και την ευημερία των εργαζομένων, οι οποίες ευθυγραμμίστηκαν με την έννοια της αλυσίδας υπηρεσιών-κέρδους (Heskett, et al., 1994). Αυτές οι αξίες καθοδήγησαν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και ενημέρωσαν τις ενέργειές μας σε όλη τη διάρκεια της προσομοίωσης, διασφαλίζοντας ότι παραμείναμε πιστοί στο όραμά μας.

Αποστολή: Η αποστολή μας ήταν να σχεδιάζουμε και να κατασκευάζουμε εξαιρετικά προϊόντα που ανταποκρίνονται ή υπερβαίνουν τις προσδοκίες των πελατών μας, ενώ παράλληλα ενθαρρύνουμε ένα περιβάλλον εργασίας χωρίς αποκλεισμούς που ενθάρρυνε την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη. Δεσμευτήκαμε στη συνεχή βελτίωση και καινοτομία, προσπαθώντας να δημιουργήσουμε μακροπρόθεσμη αξία για τους πελάτες, τους υπαλλήλους και τα ενδιαφερόμενα μέρη μας (Kaplan & Norton, 1996).

Ανθρώπινοι πόροι: Αναγνωρίζοντας ότι οι υπάλληλοί μας ήταν η ραχοκοκαλιά της επιτυχίας μας, δώσαμε προτεραιότητα στη δημιουργία μιας υποστηρικτικής εργασιακής κουλτούρας που έδινε έμφαση στη συνεργασία, την ανοιχτή επικοινωνία και τις ευκαιρίες για προσωπική και επαγγελματική εξέλιξη, όπως πρότεινε ο Pfeffer (Pfeffer, 1998). Ενθαρρύναμε τη διαφορετικότητα και τη συμπερίληψη, εκτιμώντας τις μοναδικές δεξιότητες, προοπτικές και εμπειρίες που έφερε κάθε άτομο στην ομάδα.

Στρατηγική: Για να επιτύχουμε τους στόχους μας, υιοθετήσαμε μια πολύπλευρη στρατηγική που περιλάμβανε επέκταση της αγοράς, διαφοροποίηση προϊόντων, στρατηγικές συνεργασίες και επενδύσεις στην έρευνα και ανάπτυξη, όπως υποστηρίζεται από το γενικό πλαίσιο στρατηγικών του Porter (Porter, 1998). Διατηρώντας μια πελατοκεντρική προσέγγιση και αξιοποιώντας τα δυνατά μας σημεία στην καινοτομία, μπορέσαμε να διαφοροποιηθούμε από τους ανταγωνιστές μας και να εξασφαλίσουμε μια ισχυρή θέση στην αγορά.

# Σχέδιο Δράσης

## Έτη:

##### 2024

Κατά τη διάρκεια της προσομοίωσης, αναλύσαμε προσεκτικά τον ανταγωνισμό μας, συμπεριλαμβανομένης της επιλογής αγοράς, του μεριδίου αγοράς, των ανταγωνιστών και των εσωτερικών δυνατοτήτων. Εφαρμόσαμε μερικές πρακτικές ΕΚΕ πλήρους ποιότητας και προσαρμόσαμε την κατανομή των πόρων μας ώστε να ευθυγραμμιστεί με το όραμα και τη θέση της εταιρείας στην αγορά.

Διαπιστώσαμε ότι η εστίαση στην ποιότητα, ακόμη και με μικρότερο μερίδιο αγοράς, ήταν ένα αποτελεσματικό σημείο πώλησης που μας επέτρεψε να διαφοροποιηθούμε από τους ανταγωνιστές μας. Ως αποτέλεσμα, προσαρμόσαμε τις ενέργειες και τους πόρους μας για να ευθυγραμμιστούν με αυτήν τη στρατηγική κατεύθυνση, διασφαλίζοντας αποτελεσματική διαχείριση αποθεμάτων, κατανομή εργαζομένων και επενδύσεις τεχνολογίας.

Αυτή η προσέγγιση κατέδειξε τη σημασία της ευθυγράμμισης των πόρων και των ενεργειών μας με το όραμα και τις δυνατότητές μας, επιτρέποντάς μας τελικά να επιτύχουμε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά.

##### 2027

Το επιχειρηματικό τοπίο συνέχισε να εξελίσσεται και ο αυξημένος ανταγωνισμός οδήγησε σε κορεσμό της αγοράς, παρά την ηγετική μας θέση σε διάφορους τομείς. Προκειμένου να διατηρήσουμε την κυριαρχία μας και να αποστασιοποιηθούμε περαιτέρω από τους ανταγωνιστές μας, χρειαζόταν να στρέψουμε τη στρατηγική μας και να επικεντρωθούμε στη σημαντική διαφοροποίηση.

Για να το πετύχουμε αυτό, επεκταθήκαμε στο τμήμα Οικειότητας πελατών και αρχίσαμε να προσφέρουμε εξατομικευμένες λύσεις και εμπειρίες, ενισχύοντας βαθύτερες συνδέσεις με τους πελάτες μας. Αυτή η προσέγγιση μας έδωσε τη δυνατότητα να δημιουργήσουμε μια μοναδική παρουσία στην αγορά και να προσφέρουμε απαράμιλλη αξία στους πελάτες μας, ενισχύοντας περαιτέρω την ηγετική μας θέση στον κλάδο.

Επιπλέον, δεσμευτήκαμε στρατηγικά σαν συμβουλευτικές υπηρεσίες για μακρινούς ανταγωνιστές για να ενισχύσουμε την αμυντική μας θέση και να περιορίσουμε την ανάπτυξη των κοντινών αντιπάλων. Μοιράζοντας την τεχνογνωσία μας με μη απειλητικούς παίκτες στην αγορά, όχι μόνο αποκτήσαμε πολύτιμες γνώσεις για τις αναδυόμενες τάσεις και τις πιθανές απειλές, αλλά καταφέραμε επίσης να μειώσουμε τα κέρδη μεριδίου αγοράς των πλησιέστερων ανταγωνιστών μας.

Αυτή η προσαρμοστική στρατηγική ανέδειξε τη σημασία της συνεχούς καινοτομίας και της συνειδητοποίησης της αγοράς, επιτρέποντάς μας να διατηρήσουμε μια δεσπόζουσα θέση και να διατηρήσουμε την επιτυχία μας απαράμιλλη σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον. Η ικανότητά μας να εξελισσόμαστε και να παραμένουμε μπροστά από τον ανταγωνισμό θα χρησιμεύσει ως κρίσιμος μοχλός για τη μελλοντική μας ανάπτυξη και τη μακροπρόθεσμη επιτυχία.

##### 2028

Μετά από μια ελαφρά αύξηση των τιμών μας, αντιμετωπίσαμε μια απρόβλεπτη πρόκληση λόγω ενός σφάλματος λογισμικού που έδειχνε μηδενικό ενδιαφέρον από την ομάδα Customer Intimacy. Αυτή η αποκάλυψη επηρέασε σημαντικά τις δραστηριότητές μας και προκάλεσε την ανάγκη για άμεση επαναξιολόγηση της στρατηγικής μας.

Παρά αυτή την οπισθοδρόμηση, παραμείναμε προσηλωμένοι στο όραμά μας και τηρήσαμε την υπόσχεσή μας προς τα ενδιαφερόμενα μέρη μας. Για να πλοηγηθούμε σε αυτήν την κατάσταση, εστιάσαμε στην ενίσχυση της δυναμικής της ομάδας, στην προώθηση της ανοιχτής επικοινωνίας, στην ενίσχυση της κριτικής σκέψης και στην προώθηση των ικανοτήτων επίλυσης προβλημάτων εντός του οργανισμού. Αξιοποιώντας αυτές τις βασικές δεξιότητες, μπορέσαμε να ξεπεράσουμε την πρόκληση και να συνεχίσουμε να επιδιώκουμε τους στρατηγικούς μας στόχους με ανανεωμένη αποφασιστικότητα και εστίαση.

##### 2029

Διορθώσαμε τα άμεσα προβλήματα που αντιμετωπίσαμε μειώνοντας τις τιμές μας, καθώς η αναμονή για εξωτερική βοήθεια δεν ήταν επιλογή. Δυστυχώς, αυτό οδήγησε σε μια επισφαλή οικονομική κατάσταση, με τις πωλήσεις του προηγούμενου έτους να είναι σχεδόν ανύπαρκτες και τα έξοδα να παραμένουν υψηλά. Κατά συνέπεια, βρεθήκαμε σε θέση με έλλειψη κεφαλαίου.

Για να αντιμετωπίσουμε αυτήν την κατάσταση, κάναμε αρκετές στρατηγικές κινήσεις. Διορίσαμε έναν νέο COO και έναν Διευθύνοντα Σύμβουλο Marketing για να οδηγήσουν την εταιρεία μας πίσω στη σταθερότητα. Παράλληλα, αυξήσαμε τις προσπάθειές μας στο μάρκετινγκ και εξασφαλίσαμε ένα δάνειο για να παρέχουμε την τόσο αναγκαία οικονομική υποστήριξη. Η πραγματική καμπή, ωστόσο, ήρθε όταν η ακούραστη δουλειά της ομάδας μας R&D τελικά απέδωσε καρπούς και παρουσιάσαμε με επιτυχία ένα πρωτοποριακό νέο προϊόν.

Αυτό το καινοτόμο προϊόν όχι μόνο αναζωογόνησε την οικονομική μας υγεία, αλλά ενίσχυσε επίσης σημαντικά την αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας μας και το κίνητρο της ομάδας μας. Ως μέρος της μακροπρόθεσμης στρατηγικής, αυτή η θριαμβευτική κίνηση μας βοήθησε να ανακτήσουμε τη βάση μας και να ευδοκιμήσουμε σε ένα ολοένα και πιο ανταγωνιστικό τοπίο της αγοράς.

##### 2030

Την τελευταία χρονιά, η ανοδική μας πορεία συνεχίστηκε, καθώς διπλασιάσαμε τις επιδόσεις μας σε σχέση με των ανταγωνιστών μας. Αυτή η αξιοσημείωτη επιτυχία ήταν το αποτέλεσμα της καλά σχεδιασμένης στρατηγικής μας, η οποία ήταν σε θέση να αντέξει κινδύνους και οπισθοδρομήσεις, που είναι αναπόφευκτες στον επιχειρηματικό κόσμο. Η ανθεκτικότητα και η προσαρμοστικότητά μας απέναντι στις αντιξοότητες αποδείχθηκαν βασικός παράγοντας για την επίτευξη της εξαιρετικής ανάπτυξης που μας ξεχώρισε από τον ανταγωνισμό.

# Αποτελέσματα

##### 2024

Εστιάσαμε στην είσοδο στο τμήμα της αγοράς μόνο για την ποιότητα για άνδρες, γυναίκες και παιδιά. Κατανείμαμε προσεκτικά τους πόρους και θέσαμε τους ακόλουθους στόχους KPI:

Ranking: 1η Θέση.

Υψηλότερη σε ποιότητα ποιότητας (main KPI): Στοχεύσαμε τη 2η θέση, αλλά κατακτήσαμε την 1η θέση λόγω της επένδυσής μας σε R&D.

Ηγέτης της αγοράς στον τομέα της: Στοχεύτηκε στη 2η θέση, αλλά κατέκτησε την 1η θέση λόγω έντονων εκστρατειών μάρκετινγκ.

Πτώση πωλήσεων: Στοχεύσαμε 2%, αλλά πετύχαμε 18,34%, που δεν ήταν ικανοποιητικό. Αυτό οφειλόταν σε ζητήματα αποθεμάτων και προβλήματα λογισμικού με τον διανομέα μας Just in Time.

Επίπεδο εκπαίδευσης προσωπικού: Στοχεύτηκε στο 75%, αλλά πετύχαμε το 71,66% καθώς δεν επενδύσαμε αρκετά σε αυτόν τον τομέα.

Κίνητρα προσωπικού: Στοχεύτηκε στο 75%, αλλά πέτυχε το 64,76% λόγω της χαμηλής αναγνωρισιμότητας της επωνυμίας και των μισθών.

HR: Η πρόσληψη δύο νέων διευθυντών, έναν για το μάρκετινγκ και έναν άλλο για τις σχέσεις με τους πελάτες έφερε σταθερότητα εργασιών. Επικεντρώθηκαν σε δραστηριότητες διαχείρισης κινδύνου για τον μετριασμό εξωτερικών παραγόντων που θα μπορούσαν να επηρεάσουν αρνητικά τα κέρδη της εταιρείας και επικεντρώθηκαν στην απόκτηση σημαντικών πελατών. Δεν προσλήφθηκε επιπλέον προσωπικό για το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού, αλλά το υπάρχον προσωπικό επωφελήθηκε από ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα εκπαίδευσης και καθοδήγησης που οδήγησε σε ranking points μέσω motivation και education.

Marketing: Οι καμπάνιες μάρκετινγκ μας εντάθηκαν, με αποτέλεσμα να κατακτήσουμε την 1η θέση στην αγορά, ξεπερνώντας τον αρχικό μας στόχο για τη 2η θέση.

Logistics: Η έλλειψη JIT τεχνικών λόγο σφάλματος απόφασης λογισμικού έφερε μεγάλό decline of sales ποσοστό.

Financial: Ο ισολογισμός μας βελτιώθηκε σε σχέση με την αρχή του έτους, πριν την υλοποίηση των ενεργειών μας, με αποτέλεσμα τα καθαρά κέρδη να ανέρχονται στις 500.000€.

##### 2027

Ranking: *1* η *Θέση*

Υψηλότερη σε ποιότητα (main KPI): Στοχεύτηκε στην 1η θέση και κατέκτησε την 1η θέση λόγω της επένδυσής μας σε R&D 7 αστέρων.

Ηγέτης της αγοράς στον τομέα της ποιότητας: Στοχεύσαμε την 1η θέση και κατακτήσαμε 1η θέση λόγω της οικειότητας του πελάτη που θεωρείται μέρος της ποιότητας και της σημαντικής μας επένδυσης μάρκετινγκ.

Επίπεδο εκπαίδευσης προσωπικού: Στοχεύτηκε 100% και επιτεύχθηκε 100%. Λόγο σοβαρής επένδυσης στην εκπαίδευση.

Total Market Leader: Στοχεύτηκε στην 1η θέση, αλλά κατέκτησε τη 2η θέση λόγω του υψηλότερου πληθυσμού στο price segment.

Πτώση πωλήσεων: Στοχεύτηκε 0% και πέτυχε 0%, το οποίο είναι εξαιρετικό καθώς δείχνει ότι όλοι παρέλαβαν τα παπούτσια τους στην ώρα τους.

HR: Για να ανταποκριθούμε στις απαιτήσεις του νέου τμήματος της αγοράς, αυξήσαμε σημαντικά τον αριθμό των εργαζομένων. Κατά τη διάρκεια του έτους, αντικαταστήσαμε τους προηγούμενους διευθυντές μας με 2 ακόμη εξειδικευμένους Διευθυντές Μάρκετινγκ. Αυτή η στρατηγική κίνηση στόχευσε στην ενίσχυση της θέσης μας στην αγορά και στην ανάπτυξη.

Marketing: Οι προσπάθειές μας στο μάρκετινγκ ήταν σημαντικές, οδηγώντας στο μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στον τομέα της ποιότητας παρά τους πολυάριθμους ανταγωνιστές. Μειώσαμε την τιμή των παπουτσιών μας από 125 ευρώ σε 99 ευρώ, καθώς το τμήμα εξοικείωσης πελατών δεν αγόραζε παπούτσια άνω των 100 ευρώ.

Logistics: Παρά τις υλικοτεχνικές προκλήσεις, συνεχίσαμε να διασφαλίζουμε την έγκαιρη παράδοση των προϊόντων μας μέσο JIT διατηρώντας 0% decline of sales KPI target.

Financial: Ως αποτέλεσμα των στρατηγικών προσαρμογών μας, τα καθαρά μας κέρδη για το έτος ήταν -3 εκατ. ευρώ. Παρά αυτές τις οικονομικές προκλήσεις, συνεχίσαμε να εστιάζουμε στην παροχή της καλύτερης ποιότητας προϊόντων, διατηρώντας ισχυρές επιδόσεις στην αγορά. Αυτή η προσέγγιση μας επέτρεψε να ξεπεράσουμε τα εμπόδια και να διατηρήσουμε μια εξαιρετική θέση στην αγορά.

##### 2028

Ranking: *1* η *Θέση.*

Υψηλότερη σε ποιότητα (main KPI): Στοχεύτηκε στην 1η θέση και κατέκτησε την 1η θέση λόγω της επένδυσής μας σε R&D 7 αστέρων.

Ηγέτης της αγοράς στον τομέα της ποιότητας: Στοχεύσαμε την 1η θέση και πετύχαμε 1η θέση λόγω της οικειότητας του πελάτη που θεωρείται μέρος της ποιότητας και της σημαντικής μας επένδυσης μάρκετινγκ.

Επίπεδο εκπαίδευσης προσωπικού: Στοχεύτηκε 100% και επιτεύχθηκε 100%. Λόγο διατήρηση συνεχόμενης σοβαρής εκπαίδευσης.

Total Market Leader: Στοχεύτηκε στην 1η θέση, αλλά κατέκτησε τη 2η θέση λόγω του υψηλότερου πληθυσμού στο price segment.

Πτώση πωλήσεων: Στοχεύτηκε 0% και πέτυχε 0%, το οποίο είναι εξαιρετικό καθώς δείχνει ότι όλοι παρέλαβαν τα παπούτσια τους στην ώρα τους.

HR: Κατά τη διάρκεια του έτους, αντικαταστήσαμε έναν Διευθυντή Μάρκετινγκ και τώρα έχουμε τόσο Διευθυντή Μάρκετινγκ όσο και Διευθυντή Λειτουργίας (COO). Αυτές οι αλλαγές στοχεύουν στην ενίσχυση της ηγετικής μας ομάδας, οδηγώντας μας στην επίτευξη των οργανωτικών μας στόχων.

Marketing: Ένα πρόβλημα λογισμικού που επηρεάζει την εξοικείωση των πελατών λόγω του αυξημένου κόστους παραγωγής, ύστερα από πρόσθεση επιπλέον 3 ευρώ σε κάθε ζευγάρι παπούτσια, ανεβάζοντας την τιμή από 99 ευρώ στα 104 ευρώ. Αυτή η προσαρμογή είχε ως αποτέλεσμα μηδενικές πωλήσεις στον τομέα εξοικείωσης με τον πελάτη, τον οποίο αντιμετωπίζουμε αυτήν τη στιγμή με νέες στρατηγικές μάρκετινγκ.

Logistics: Η αύξηση της τιμής δεν είχε αντίκτυπο στην αποθήκη λόγο JIT.

Financial: Ο ισολογισμός μας χτύπησε, με τον τραπεζικό μας λογαριασμό να μειώνεται μόλις στις 100 χιλιάδες ευρώ και συνολικά -4 εκατ. ευρώ σε έξοδα χωρίς καθαρά κέρδη. Παρά αυτές τις οικονομικές προκλήσεις, συνεχίσαμε να εστιάζουμε στην παροχή της καλύτερης ποιότητας προϊόντων, διατηρώντας ισχυρές επιδόσεις στην αγορά. Αυτή η προσέγγιση μας επέτρεψε να ξεπεράσουμε τα εμπόδια και να διατηρήσουμε μια εξαιρετική θέση στην αγορά. Παραμένουμε προσηλωμένοι στην επίτευξη χρηματοοικονομικής σταθερότητας και κερδοφορίας μακροπρόθεσμα.

##### 2029

Ranking: *1* η *Θέση.* Η ανοδική έκρηξη στο R&D Innovation και κοινού-στόχου διατήρησε την θέση μας σε συνδυασμό με την θετική αύξηση των Financial.

Υψηλότερη σε ποιότητα (Main KPI): *1* η *θέση.*

Ηγέτης της αγοράς στον τομέα της ποιότητας: 1η θέση. Η συνεχή ικανοποίηση πελατών και marketing μαζί με το δυνατό προσωπικό μας διατήρησε πρώτους σαν ηγέτες αγοράς.

Επίπεδο εκπαίδευσης προσωπικού: 100%. Η υψηλή διατήρηση εκπαίδευσης προσωπικού συνέχιζε να συνεισφέρει στη ικανότητα ικανοποίησης κάθε τμήματος του market φέρνοντας επιπλέον πόντους στο ranking.

Συνολικός ηγέτης αγοράς: Στοχεύτηκε στην 1η θέση και κατέκτησε την 1η θέση για πρώτη φορά, ξεπεράσαμε όλους τους ανταγωνιστές σε οποιοδήποτε market group.

Πτώση πωλήσεων: Στοχεύτηκε 0% και πέτυχε 0%, το οποίο είναι εξαιρετικό καθώς δείχνει ότι όλοι παρέλαβαν τα παπούτσια τους στην ώρα τους.

HR: Οι σωστές συνθήκες εργασίας, εκπαίδευσης και μισθών έφερε αύξηση κινήτρου των εργαζομένων, καθώς και μείωση του προσωπικού που φεύγει.

Marketing: Μετά την συνεχή πίεση σε επένδυση στο marketing και συνδυασμό όλων των προηγουμένων μας κράτησε για άλλη μια χρονιά πρώτους στο market share.

Logistics: Λόγο περιορισμού μικρού market share σε σχέση με το price segment συνεχιζόταν το JIT για την νέα επέκταση σε νέα markets και έφερε σταθερότητα αγορών καθώς και ελάχιστο ποσοστό αποθήκευσης ώστε η επόμενη χρονιά να παράγονται τα νέα μοντέλα σε πελάτες.

Financial: Το δάνειο έφερε τήρηση οικονομικών υποχρεώσεων και μακροπρόθεσμα μεγαλύτερες εισροές που συνέλαβε στο Financial stability.

##### 2030

Ranking: *1* η *Θέση.*

Υψηλότερη σε ποιότητα (Main KPI): Στοχεύσαμε και διεκδικήσαμε με επιτυχία την πρώτη θέση, οδηγούμενοι από τη στρατηγική μας επένδυση στην R&D.

Ηγέτης της αγοράς στον τομέα της ποιότητας: Στοχεύοντας την πρώτη θέση, την κατακτήσαμε λόγω της πελατοκεντρικής μας προσέγγισης και της σημαντικής επένδυσης μάρκετινγκ.

Επίπεδο εκπαίδευσης προσωπικού: Στοχεύσαμε και πετύχαμε 100% εκπαίδευση προσωπικού, δείχνοντας την αφοσίωσή μας στην επαγγελματική εξέλιξη.

Συνολικός ηγέτης αγοράς: Φιλοδοξούσαμε να είμαστε ο ηγέτης της αγοράς και εξασφαλίσαμε τη θέση, ξεπερνώντας τις προκλήσεις ενός μεγαλύτερου πληθυσμού στο τμήμα τιμών.

Πτώση πωλήσεων: Στοχεύαμε στη μηδενική πτώση των πωλήσεων και φτάσαμε στο σημείο, υποδηλώνοντας την έγκαιρη παράδοση και την ικανοποίηση των πελατών.

HR: Αυξήσαμε το εργατικό δυναμικό μας για να ανταποκριθούμε στις νέες απαιτήσεις της αγοράς, παρά το οικονομικό άγχος, υπογραμμίζοντας την προσαρμοστικότητά μας.

Marketing: Κρατήσαμε τις τιμές των παπουτσιών για να ανταποκριθούμε στις προσιτές τιμές των πελατών, αποδεικνύοντας τη δέσμευσή μας στην αξία.

Logistics: Η διατήρηση του JIT κατάφερε να μας δώσει πρωτιά στο decline of sales KPI.

Financial: Παρά τις οικονομικές προκλήσεις, τα καθαρά μας κέρδη έφτασαν στο προσκήνιο, επιδεικνύοντας την ανθεκτικότητα και τη δέσμευσή μας στην ποιότητα.

# Μελλοντική Εταιρική Στρατηγική

Μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια, σχεδιάζουμε να αναπτύξουμε και να εφαρμόσουμε μια ολοκληρωμένη εταιρική στρατηγική που βασίζεται στις προηγούμενες επιτυχίες μας και θέτει την εταιρεία μας για συνεχή ανάπτυξη και ηγετική θέση στον κλάδο. Η στρατηγική μας θα επικεντρωθεί στα ακόλουθα βασικά στοιχεία:

## Βασικές αποφάσεις για τα επόμενα πέντε χρόνια:

Συνεχής Καινοτομία και Βελτίωση: Με τις ρίζες μας στις φιλοσοφίες των Chesbrough και Kaizen, δεσμευόμαστε σε μια κουλτούρα αδιάκοπης βελτίωσης. Αυτό περιλαμβάνει συνεχή, σχολαστική αξιολόγηση όλων των διαδικασιών, προϊόντων και υπηρεσιών μας (Chesbrough, 2006; Kaizen, 2023). Θα αναζητήσουμε σχόλια από πελάτες, υπαλλήλους και ενδιαφερόμενους φορείς για να εντοπίσουμε τομείς προς βελτίωση, επιδιώκοντας την τελειότητα σε κάθε πτυχή των εργασιών μας. Αυτή η δέσμευση θα καλλιεργήσει μια κουλτούρα καινοτομίας, επιτρέποντάς μας να παραμείνουμε στην αιχμή του κλάδου μας και να προσφέρουμε ανώτερη αξία στους πελάτες μας.

Ψηφιακός Μετασχηματισμός: Αναγνωρίζοντας τον κρίσιμο ρόλο της τεχνολογίας στο σημερινό επιχειρηματικό περιβάλλον, δεσμευόμαστε να επεκτείνουμε τις ψηφιακές μας δυνατότητες. Θα επενδύσουμε σε προηγμένα αναλυτικά στοιχεία, τεχνητή νοημοσύνη και άλλες τεχνολογίες αιχμής για να βελτιώσουμε τη λειτουργική μας αποτελεσματικότητα και να προσφέρουμε εξαιρετικές εμπειρίες πελατών (Kane, et al., 2015; Tricia, 2022). Θα επιδιώξουμε επίσης να αξιοποιήσουμε την τεχνολογία για να δημιουργήσουμε ένα ψηφιακό οικοσύστημα που ενσωματώνει όλες τις επιχειρηματικές λειτουργίες, ενισχύοντας την απρόσκοπτη επικοινωνία και τη συνεργασία σε ολόκληρο τον οργανισμό.

Ισχυρή Διαχείριση Κινδύνων: Σε ένα ολοένα και πιο ασταθές και αβέβαιο επιχειρηματικό περιβάλλον, αναγνωρίζουμε τη σημασία των ισχυρών πρακτικών διαχείρισης κινδύνου. Ως εκ τούτου, θα επενδύσουμε στην ενίσχυση των συστημάτων διαχείρισης κινδύνων που διαθέτουμε, διασφαλίζοντας ότι είμαστε καλά προετοιμασμένοι για τον εντοπισμό, την αξιολόγηση και τον μετριασμό πιθανών απειλών και διαταραχών. Αυτό θα περιλαμβάνει τακτικές αξιολογήσεις κινδύνου, ολοκληρωμένο σχεδιασμό έκτακτης ανάγκης και συνεχή παρακολούθηση για να διασφαλίσουμε ότι οι πρακτικές διαχείρισης κινδύνου παραμένουν αποτελεσματικές και ενημερωμένες (Adida Risk Report, 2023; Adidas Risk Report, 2021).

Πελατοκεντρικότητα: Σύμφωνα με τις αρχές που περιγράφονται από τους Treacy & Wiersema (Treacy & Wiersema, 1993), δεσμευόμαστε να διατηρήσουμε μια αμείλικτη εστίαση στην ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών. Πιστεύουμε ότι παρέχοντας με συνέπεια εξαιρετικά προϊόντα και υπηρεσίες, ανταποκρινόμενοι αποτελεσματικά στα σχόλια των πελατών και προσπαθώντας συνεχώς να υπερβαίνουμε τις προσδοκίες των πελατών, μπορούμε να οικοδομήσουμε ισχυρές και διαρκείς σχέσεις με τους πελάτες μας. Αυτή η πελατοκεντρική προσέγγιση θα είναι ο ακρογωνιαίος λίθος όλων των στρατηγικών μας αποφάσεων, καθοδηγώντας τις προσπάθειές μας να δημιουργήσουμε αξία για τους πελάτες μας και να προωθήσουμε τη βιώσιμη ανάπτυξη της εταιρείας μας (Keller, 2012; Gulati, 1998).

## Αλλαγές στην τρέχουσα στρατηγική και πώς θα επιτευχθούν:

Προκειμένου να παραμείνουμε ανταγωνιστικοί σε ένα ταχέως εξελισσόμενο επιχειρηματικό τοπίο, αναγνωρίζουμε την ανάγκη για προσαρμοστικότητα και ευελιξία στη στρατηγική μας προσέγγιση. Ως εκ τούτου, θα κάνουμε αρκετές αλλαγές στην τρέχουσα στρατηγική μας:

Κουλτούρα συνεργασίας και καινοτομίας: Θα καλλιεργήσουμε μια κουλτούρα συνεργασίας και καινοτομίας σε ολόκληρο τον οργανισμό μας. Αυτό θα περιλαμβάνει τη διάλυση των υπαρχόντων σιλό, την ενθάρρυνση της διαλειτουργικής ομαδικής εργασίας και τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος όπου οι εργαζόμενοι αισθάνονται εξουσιοδοτημένοι να μοιραστούν τις ιδέες τους και να αμφισβητήσουν το status quo (Christensen, 2001; Scaled Agile Framework, 2023). Θα επενδύσουμε επίσης στην εκπαίδευση και την ανάπτυξη για να εξοπλίσουμε τους υπαλλήλους μας με τις δεξιότητες και τις γνώσεις που χρειάζονται για να προωθήσουν την καινοτομία και να συμβάλουν στους στρατηγικούς μας στόχους.

Προσαρμοστική οργανωτική δομή: Θα αναπτύξουμε μια πιο ευέλικτη και προσαρμοστική οργανωτική δομή, ικανή να ανταποκρίνεται γρήγορα στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη δημιουργία νέων τμημάτων ή διαλειτουργικών ομάδων, τον επαναπροσδιορισμό των ρόλων και των ευθυνών και τον εξορθολογισμό των διαδικασιών λήψης αποφάσεων. Θα καλλιεργήσουμε επίσης μια κουλτούρα συνεχούς μάθησης και προσαρμοστικότητας, διασφαλίζοντας ότι ο οργανισμός μας παραμένει ευέλικτος και ανθεκτικός απέναντι στην αλλαγή (Scaled Agile Framework, 2023).

## Συστάσεις για την απόδοση της Εταιρείας:

Με βάση την ανάλυσή μας, προτείνουμε διάφορες στρατηγικές πρωτοβουλίες για τη βελτίωση της απόδοσης της εταιρείας μας:

Πελατοκεντρική προσέγγιση: Θα πρέπει να βελτιώσουμε περαιτέρω την πελατοκεντρική μας προσέγγιση, επιδιώκοντας συνεχώς να κατανοούμε τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών μας και να προσαρμόζουμε ανάλογα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας. Αυτό περιλαμβάνει την παρακολούθηση των αναδυόμενων τεχνολογιών και τάσεων, την επένδυση στις ψηφιακές μας δυνατότητες και τη μόχλευση των σχολίων των πελατών για την ενημέρωση των στρατηγικών μας αποφάσεων (colaboratory, 2022).

Διαχείριση Κινδύνων: Θα πρέπει να συνεχίσουμε να δίνουμε προτεραιότητα σε ισχυρές πρακτικές διαχείρισης κινδύνου. Αυτό περιλαμβάνει τη διατήρηση μιας ολοκληρωμένης, ενημερωμένης κατανόησης των πιθανών κινδύνων και διαταραχών, την ανάπτυξη αποτελεσματικών στρατηγικών για τον μετριασμό αυτών των κινδύνων και τη διασφάλιση ότι ο οργανισμός μας είναι έτοιμος να ανταποκριθεί γρήγορα και αποτελεσματικά σε τυχόν πιθανές διακοπές (Adida Risk Report, 2023).

Συνεργασία και καινοτομία: Θα πρέπει να συνεχίσουμε να καλλιεργούμε μια κουλτούρα συνεργασίας και καινοτομίας σε ολόκληρο τον οργανισμό μας. Αυτό περιλαμβάνει την ενθάρρυνση της ανοιχτής επικοινωνίας, την προώθηση της διαλειτουργικής ομαδικής εργασίας και τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος όπου οι εργαζόμενοι αισθάνονται εξουσιοδοτημένοι να μοιραστούν τις ιδέες τους και να αμφισβητήσουν το status quo. Με αυτόν τον τρόπο, μπορούμε να διασφαλίσουμε ότι ο οργανισμός μας παραμένει ευέλικτος και προσαρμόσιμος, ικανός να εξελίσσεται σύμφωνα με τις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και τις ανάγκες των πελατών (Christensen, 2001).

## Τομείς για πιθανή ανάπτυξη:

Προκειμένου να προωθήσουμε τη βιώσιμη ανάπτυξη της εταιρείας μας, έχουμε εντοπίσει διάφορους τομείς για πιθανή ανάπτυξη:

Ψηφιακές Δυνατότητες: Καθώς ο ψηφιακός μετασχηματισμός συνεχίζει να αναδιαμορφώνει το επιχειρηματικό τοπίο, βλέπουμε σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης στην επέκταση των ψηφιακών δυνατοτήτων μας. Αυτό περιλαμβάνει την εξερεύνηση νέων τεχνολογιών που μπορούν να βελτιώσουν τη λειτουργική μας αποτελεσματικότητα και την εμπειρία των πελατών μας. Θα επιδιώξουμε επίσης να αξιοποιήσουμε τις ψηφιακές μας δυνατότητες για να δημιουργήσουμε νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, όπως η ανάπτυξη καινοτόμων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών ή η είσοδος σε νέες ψηφιακές αγορές (Kane, et al., 2015; Tricia, 2022).

Γεωγραφική επέκταση: Βλέπουμε ευκαιρίες για γεωγραφική επέκταση σε νέες αγορές, ιδιαίτερα εκείνες όπου υπάρχουν ανεκπλήρωτες ανάγκες πελατών που οι προσφορές μας θα μπορούσαν ενδεχομένως να εκπληρώσουν. Θα διεξαγάγουμε ενδελεχή έρευνα αγοράς για να εντοπίσουμε αυτές τις ευκαιρίες και θα αναπτύξουμε προσαρμοσμένες στρατηγικές για την αποτελεσματική διείσδυση σε αυτές τις νέες αγορές (Adidas Market Segmentation, 2022).

Ανάπτυξη προϊόντος: Με βάση τα σχόλια των πελατών και τις τάσεις της αγοράς, βλέπουμε δυνατότητες ανάπτυξης στην ανάπτυξη προϊόντων. Αυτό περιλαμβάνει τη διερεύνηση ευκαιριών για την ανάπτυξη νέων προϊόντων ή υπηρεσιών ή τη βελτίωση των υφιστάμενων προσφορών μας. Θα επιδιώξουμε επίσης να αξιοποιήσουμε την τεχνολογία για να προωθήσουμε την καινοτομία προϊόντων, διασφαλίζοντας ότι οι προσφορές μας παραμένουν ανταγωνιστικές και σχετικές σε ένα ταχέως εξελισσόμενο περιβάλλον αγοράς (www.cascade.app, n.d.; Adidas, 2021).

Εστιάζοντας στη βιωσιμότητα: Ως υπεύθυνος εταιρικός πολίτης, αναγνωρίζουμε τη σημασία της κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης. Η δέσμευσή μας για το τριπλό τελικό αποτέλεσμα θα παραμείνει ακρογωνιαίος λίθος της μελλοντικής μας στρατηγικής, καθοδηγώντας τις επιχειρηματικές μας πρακτικές και διασφαλίζοντας ότι δημιουργούμε μακροπρόθεσμη αξία για τους μετόχους μας. Αυτό περιλαμβάνει τη μείωση του περιβαλλοντικού μας αποτυπώματος, τη συμμετοχή σε πρωτοβουλίες κοινοτικής ανάπτυξης και την προώθηση ηθικών επιχειρηματικών πρακτικών (Porter & Kramer, 2011; Epstein, et al., 2008; Bindra, 2022; Grand View Research, 2020).

# Επίλογος

Το ταξίδι μας στη βιομηχανία προσομοίωσης αθλητικών sneaker κατά το 2024 εως 2030 ήταν μια ιστορία στρατηγικής προσαρμοστικότητας, ανθεκτικότητας και καινοτομίας. Ξεκινήσαμε με σαφές όραμα και στρατηγική, εστιάζοντας στην ποιότητα και την ηγετική θέση στην αγορά. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, λάβαμε πολλές στρατηγικές αποφάσεις, προσλαμβάνοντας βασικό προσωπικό, προσαρμόζοντας τις τιμές, επενδύοντας στο μάρκετινγκ και διαχείριζοντας αποτελεσματικά τους πόρους. Παρά τις προκλήσεις όπως τα ζητήματα λογισμικού και ο ανταγωνισμός στην αγορά, βρισκόμασταν σταθερά ψηλά λόγω των στρατηγικών και της απόδοσής μας έναντι των KPI μας. Ο απόλυτος θρίαμβος μας ήρθε με την επιτυχημένη κυκλοφορία του καινοτόμου προϊόντος μας, ενισχύοντας σημαντικά τη θέση μας στην αγορά. Καθώς κοιτάμε το μέλλον, η στρατηγική μας περιστρέφεται γύρω από την εδραίωση της επιτυχίας μας, τη συνέχιση της καινοτομίας και την ενίσχυση της παρουσίας μας στην αγορά, με γνώμονα πάντα τη δέσμευσή μας για ποιότητα και ικανοποίηση των πελατών.

Professional Development

Contents

[1. Περίληψη Αναφοράς 17](#_Toc135078641)

[2. Εισαγωγή και Αναγνώριση Συμβάντων 17](#_Toc135078642)

[3. Χρήση θεωρίας και πρακτικής στην ανάλυση των συμβάντων 19](#_Toc135078645)

[4. Ανασκόπηση και Βελτίωση 24](#_Toc135078650)

[ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - Πηγές 30](#_Toc135078657)

[References 30](#_Toc135078658)

[ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – Ημερολόγιο 33](#_Toc135078659)

[ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – Εικόνες 37](#_Toc135078664)

# Περίληψη Αναφοράς

Αυτή η αναστοχαστική έκθεση εξετάζει δύο κρίσιμα γεγονότα από μια ομαδική άσκηση επιχειρηματικής προσομοίωσης στην πλατφόρμα Edumundo, με επίκεντρο τη βιομηχανία sneaker, με ιδιαίτερη έμφαση στον ρόλο μου ως Διευθύνων Σύμβουλος. Η ανάλυση διερευνά τη στρατηγική μας επέκταση σε μια νέα ομάδα αγοράς για να πετύχουμε το όραμά μας για ποιοτικά παπούτσια για όλους και τις οικονομικές προκλήσεις που αντιμετωπίσαμε κατά τη διάρκεια αυτής της επέκτασης και τη δυναμική της ομάδας που εμπλέκεται σε αυτές τις καταστάσεις. Επιπλέον, η έκθεση συζητά ζητήματα λογισμικού που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της προσομοίωσης και την αντιμετώπιση τους, τη σημασία της ενεργητικής ακρόασης, τα soft-skills, την επικοινωνία και τις συνεργασίες με άλλες ομάδες για να ξεπεραστούν τα εμπόδια και να παραμείνουν μπροστά από τον ανταγωνισμό. Χρησιμοποιώντας σχετικές θεωρίες, έννοιες και πρακτικές, η έκθεση παρέχει μια ολοκληρωμένη ανάλυση των γεγονότων και των επιπτώσεών τους στην ατομική επαγγελματική ανάπτυξη. Η συζήτηση διερευνά επίσης συστάσεις για τη βελτίωση των πρακτικών και των τομέων δυνητικής ανάπτυξης, με στόχο την ενίσχυση της συνολικής μαθησιακής εμπειρίας και της επαγγελματικής προόδου. Η συνεχής επιτυχία που επιτυγχάνεται σε κάθε γύρο της προσομοίωσης επισημαίνεται σε όλη την έκθεση.

# Εισαγωγή και Αναγνώριση Συμβάντων

Η άσκηση επιχειρηματικής προσομοίωσης που παρείχε η Edumundo επέτρεψε στην ομάδα μας να βουτήξει στον ανταγωνιστικό κόσμο της βιομηχανίας sneaker, δοκιμάζοντας τις γνώσεις και τις δεξιότητές μας που αποκτήθηκαν από τα μαθήματα MBA. Ως Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, ήμουν υπεύθυνος για την επίβλεψη της συνολικής στρατηγικής, τη λήψη κρίσιμων αποφάσεων και τη διασφάλιση της αποτελεσματικής επικοινωνίας εντός της ομάδας. Κατά τη διάρκεια της προσομοίωσης, η ομάδα μας βίωσε δύο κρίσιμα γεγονότα που επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό την απόδοση και την προσέγγισή μας στη διαχείριση της επιχείρησης. Αυτή η ενότητα θα εισαγάγει και θα περιγράψει αυτά τα γεγονότα, θέτοντας το υπόβαθρο για μια πιο εις βάθος ανάλυση στις επόμενες ενότητες.

## Γεγονός 1: Επέκταση σε νέα ομάδα αγορών

Το όραμα της εταιρείας μας ήταν να παρέχει ποιοτικά παπούτσια για όλους. Για να το πετύχουμε αυτό, αποφασίσαμε να επεκτείνουμε τις προσφορές προϊόντων και το κοινό-στόχο μας, εισερχόμενοι σε μια νέα ομάδα αγοράς. Αυτή η στρατηγική κίνηση υποκινήθηκε από την επιθυμία να αποφευχθεί η προσβολή από τους ανταγωνιστές και να προσεγγιστεί ένα ευρύτερο φάσμα πελατών. Πιστεύαμε ότι διαφοροποιώντας την αγορά-στόχο μας, θα μπορούσαμε να διατηρήσουμε το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα και να εξασφαλίσουμε μια ισχυρή θέση στον κλάδο.

Αυτή η επέκταση ήταν ένα σημαντικό εγχείρημα που περιλάμβανε εκτεταμένο σχεδιασμό, κατανομή πόρων και συνεργασία μεταξύ των μελών της ομάδας. Ως Διευθύνων Σύμβουλος, έπρεπε να διασφαλίσω ότι η ομάδα μας ήταν ευθυγραμμισμένη με αυτήν τη στρατηγική κίνηση και ότι όλοι ήμασταν δεσμευμένοι να την κάνουμε επιτυχημένη. Η απόφαση αυτή έφερε νέες προκλήσεις και ευκαιρίες, οι οποίες θα διερευνηθούν λεπτομερέστερα στην ενότητα ανάλυσης.

## Γεγονός 2: Οικονομικές προκλήσεις και η σημασία της ενεργητικής ακρόασης

Ενώ η επέκτασή μας στη νέα ομάδα αγορών αρχικά φαινόταν πολλά υποσχόμενη, οδήγησε σε προσωρινή οικονομική ύφεση. Οι πόροι μας ήταν περιορισμένοι και έπρεπε να λάβουμε δύσκολες αποφάσεις σχετικά με τη συνέπεια και τη διατήρηση της δέσμευσής μας στο όραμα της εταιρείας. Αυτή η οικονομική πρόκληση απαιτούσε από την ομάδα να συμμετάσχει σε ενεργητική ακρόαση, ανοιχτή επικοινωνία και συλλογική επίλυση προβλημάτων για την αποτελεσματική πλοήγηση της κατάστασης.

Επιπλέον, κατά τη διάρκεια της προσομοίωσης, αντιμετωπίσαμε αρκετά προβλήματα λογισμικού που απειλούσαν την πρόοδό μας. Ανακάλυψα μόνος μου αυτά τα σφάλματα και συνεργάστηκα στενά με τους προγραμματιστές για την επίλυσή τους. Αυτή η εμπειρία ανέδειξε τη σημασία της ενεργητικής ακρόασης, όχι μόνο εντός της ομάδας μας αλλά και κατά την αλληλεπίδραση με εξωτερικούς stakeholders. Επιπλέον, η ομάδα μας δημιούργησε στρατηγικές συνεργασίες με άλλες ομάδες για να παραμείνει μπροστά από τον ανταγωνισμό. Αυτές οι συμμαχίες ήταν ζωτικής σημασίας για την επιτυχία μας, καθώς μας επέτρεψαν να αξιοποιήσουμε ο ένας τις δυνάμεις του άλλου, μετριάζοντας τους πιθανούς κινδύνους.

Αυτά τα δύο γεγονότα διαμόρφωσαν την απόδοση της ομάδας μας σε όλη την προσομοίωση και παρείχαν πολύτιμες πληροφορίες για τη δυναμική της ομάδας, τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και τον ρόλο της ενεργητικής ακρόασης στην επαγγελματική μας εξέλιξη. Οι ακόλουθες ενότητες θα εμβαθύνουν στην ανάλυση αυτών των γεγονότων, στον αντίκτυπό τους στην ομάδα μας και στα διδάγματα που αντλήθηκαν από αυτά.

# Χρήση θεωρίας και πρακτικής στην ανάλυση των συμβάντων

## Εφαρμογή σχετικών θεωριών

### Γεγονός 1: Επέκταση σε νέα ομάδα αγορών

Για να κατανοήσουμε την απόφασή μας να επεκταθούμε σε μια νέα ομάδα αγοράς, μπορούμε να εφαρμόσουμε αρκετές σχετικές θεωρίες και έννοιες από τον τομέα της στρατηγικής διαχείρισης και του μάρκετινγκ.

Ansoff Matrix (Ansoff, 1957): Το Ansoff Matrix είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού που βοηθά τις επιχειρήσεις να αποφασίσουν τη στρατηγική ανάπτυξης του προϊόντος και της αγοράς τους. Στην περίπτωσή μας, επιλέξαμε έναν συνδυασμό ανάπτυξης προϊόντων (προσφορά νέων προϊόντων στην υπάρχουσα αγορά μας) και ανάπτυξης αγοράς (στόχευση νέων τμημάτων πελατών). Επεκτείνοντας τη γκάμα των προϊόντων μας και την εμβέλεια της αγοράς, στοχεύαμε να αυξήσουμε το μερίδιο αγοράς μας και να διατηρήσουμε ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Blue Ocean Strategy (Kim & Mauborgne, 2015): Η Στρατηγική του Μπλε Ωκεανού προτείνει ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν αδιαμφισβήτητο χώρο στην αγορά εστιάζοντας στην καινοτομία και τη διαφοροποίηση. Με την είσοδό μας στη νέα ομάδα αγορών, επιδιώξαμε να αναπτύξουμε μοναδικά, καινοτόμα προϊόντα που απευθύνονται σε ένα ευρύτερο κοινό, δημιουργώντας ουσιαστικά τον δικό μας «γαλάζιο ωκεανό» και αποστασιοποιώντας τους εαυτούς μας από τον άμεσο ανταγωνισμό.

Porter's Generic Strategies (Porter, 1985): Οι Generic Strategies του Porter περιγράφουν τρεις θεμελιώδεις προσεγγίσεις για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος: ηγεσία κόστους, διαφοροποίηση και εστίαση. Η επέκτασή μας στη νέα ομάδα αγοράς ευθυγραμμίζεται με τη στρατηγική διαφοροποίησης, καθώς στοχεύαμε να προσφέρουμε μοναδικά, υψηλής ποιότητας προϊόντα που απευθύνονται σε ένα ευρύτερο κοινό. Επιπλέον, εστιάζοντας τόσο στην ομάδα Ποιότητας όσο και στην ομάδα Οικειότητας πελατών, επιδείξαμε μια στρατηγική εστίασης, στοχεύοντας συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς με προσαρμοσμένες προσφορές.

Market Segmentation (Smith, 1956): Στοχεύοντας την ομάδα Ποιότητας και την ομάδα Οικειότητας πελατών, χρησιμοποιήσαμε τμηματοποίηση της αγοράς για να προσαρμόσουμε τα προϊόντα μας και τις στρατηγικές μάρκετινγκ στις συγκεκριμένες ανάγκες, προτιμήσεις και προσδοκίες αυτών των δύο ξεχωριστών τμημάτων πελατών. Αυτό μας επέτρεψε να ανταποκριθούμε στις μοναδικές απαιτήσεις τους και να δημιουργήσουμε ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα διαφοροποιώντας τους εαυτούς μας από τους ανταγωνιστές που δεν αντιμετώπισαν αποτελεσματικά αυτά τα τμήματα.

Resource-Based View (Barney, 1991): Η απόφασή μας να επεκταθούμε σε μια νέα ομάδα αγοράς επηρεάστηκε επίσης από την άποψη που βασίζεται σε πόρους, η οποία τονίζει τη στρατηγική σημασία των μοναδικών πόρων και δυνατοτήτων μιας επιχείρησης. Αξιοποιώντας την ισχυρή οργανωτική μας κουλτούρα, τη δέσμευση για ποιότητα και τις πρωτοβουλίες ΕΚΕ, μπορέσαμε να δημιουργήσουμε μια ισχυρή εικόνα και φήμη επωνυμίας, γεγονός που μας βοήθησε να δημιουργήσουμε ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στη νέα ομάδα αγοράς.

### Γεγονός 2: Οικονομικές προκλήσεις και η σημασία της ενεργητικής ακρόασης

Οι οικονομικές προκλήσεις που αντιμετωπίσαμε και η ανάγκη για ενεργητική ακρόαση και ανοιχτή επικοινωνία μπορούν να αναλυθούν μέσα από το πρίσμα αρκετών σχετικών θεωριών και εννοιών από τους τομείς της οργανωτικής συμπεριφοράς, της ηγεσίας και της διαχείρισης αλλαγών.

Tuckman's Stages of Group Development (Tuckman, 1965):Το μοντέλο του Tuckman περιγράφει τέσσερα στάδια ανάπτυξης της ομάδας: σχηματισμός, καταιγισμός, ρύθμιση και εκτέλεση. Οι οικονομικές προκλήσεις που αντιμετωπίσαμε μπορούν να θεωρηθούν ως μέρος της φάσης «καταιγίδας», όπου τα μέλη της ομάδας ενδέχεται να αντιμετωπίσουν συγκρούσεις, διαφορετικές απόψεις και περιορισμούς πόρων. Χρησιμοποιώντας ενεργητική ακρόαση και αποτελεσματική επικοινωνία, μπορέσαμε να πλοηγηθούμε σε αυτό το στάδιο και να προχωρήσουμε προς μια πιο συνεκτική ομάδα με υψηλές επιδόσεις.

Transformational Leadership (Bass, 1985): Η μετασχηματιστική ηγεσία είναι ένα στυλ ηγεσίας που δίνει έμφαση στην έμπνευση και την παρακίνηση των μελών της ομάδας να επιτύχουν πλήρως τις δυνατότητές τους και να υπερβούν τις δικές τους προσδοκίες. Ως Διευθύνων Σύμβουλος, χρησιμοποίησα τη μετασχηματιστική ηγεσία ακούγοντας ενεργά τα μέλη της ομάδας μου, ενθαρρύνοντας την ανοιχτή επικοινωνία και ενισχύοντας ένα περιβάλλον συνεργασίας για την αντιμετώπιση των οικονομικών προκλήσεων και την εργασία προς έναν κοινό στόχο.

Lewin's Change Management Model (Lewin, 1947): Το μοντέλο Lewin περιγράφει τη διαδικασία της οργανωτικής αλλαγής μέσα από τρία στάδια: ξεπάγωμα, αλλαγή και επανακατάψυξη. Ως απάντηση στις οικονομικές προκλήσεις, επιλέξαμε να λάβουμε ένα δάνειο αντί να περικόψουμε το προσωπικό ή να μειώσουμε τα επιδόματα των εργαζομένων, κάτι που μπορεί να θεωρηθεί ως μέρος του σταδίου «ξεπαγώματος», όπου αναγνωρίσαμε την ανάγκη για αλλαγή και αναζητήσαμε εναλλακτικές λύσεις για να διατηρήσουμε δέσμευση για την ευημερία των εργαζομένων.

Social Exchange Theory (Homans, 1958): Η Θεωρία Κοινωνικής Ανταλλαγής υποστηρίζει ότι οι διαπροσωπικές σχέσεις βασίζονται στην αρχή της αμοιβαιότητας, όπου τα άτομα αναμένουν δίκαιη απόδοση για τις συνεισφορές τους. Επιλέγοντας να δώσουμε προτεραιότητα στην ευημερία των εργαζομένων έναντι των βραχυπρόθεσμων οικονομικών κερδών, δείξαμε τη δέσμευσή μας στο προσωπικό μας, καλλιεργώντας ένα αίσθημα πίστης και εμπιστοσύνης, που με τη σειρά του οδήγησε σε αυξημένα κίνητρα, αφοσίωση και παραγωγικότητα.

Organizational Culture (Schein, 2010): Η απόφασή μας να δώσουμε προτεραιότητα στην ευημερία των εργαζομένων και να διατηρήσουμε ένα καταπληκτικό εργασιακό περιβάλλον κατά τη διάρκεια οικονομικών προκλήσεων ευθυγραμμίζεται με την ισχυρή οργανωτική μας κουλτούρα, η οποία δίνει έμφαση στην ποιότητα, τις πρακτικές ΕΚΕ και την υποστηρικτική ατμόσφαιρα. Ακούγοντας ενεργά τους υπαλλήλους και εκτιμώντας τη συμβολή τους, ενισχύσαμε τις οργανωτικές μας αξίες και διασφαλίσαμε ότι η κουλτούρα μας παρέμεινε ανέπαφη, ακόμη και σε δύσκολες στιγμές.

## Σύντομη ανασκόπηση θεωριών/εννοιών/πρακτικών:

Σε όλο το πρόγραμμα MBA, έχουν εισαχθεί διάφορες θεωρίες, έννοιες και πρακτικές, παρέχοντας μια ολοκληρωμένη κατανόηση του επιχειρηματικού κόσμου. Στο πλαίσιο της βιομηχανίας sneaker και της επιχειρηματικής μας προσομοίωσης, αρκετές θεωρίες και έννοιες είναι ιδιαίτερα σχετικές.

Porter's Five Forces (Porter, 1979): Αυτό το πλαίσιο βοηθά στην ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος εξετάζοντας τις πέντε δυνάμεις που καθορίζουν την ένταση του ανταγωνισμού σε έναν κλάδο. Για την επιχείρησή μας με αθλητικά παπούτσια, η κατανόηση αυτών των δυνάμεων ήταν απαραίτητη για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων, όπως η επέκταση σε μια νέα ομάδα αγοράς.

SWOT Analysis (Hill & Jones, 2012): Η αξιολόγηση των εσωτερικών δυνατών και αδυναμιών της εταιρείας μας, καθώς και των εξωτερικών ευκαιριών και απειλών, ήταν θεμελιώδης για τον εντοπισμό των περιοχών ανάπτυξης και τη διαχείριση των κινδύνων. Αναλύοντας το SWOT της εταιρείας, μπορέσαμε να λάβουμε τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με την επέκταση της γκάμας των προϊόντων μας και τη διατήρηση ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

The Balanced Scorecard (Kaplan & Norton, 1992): Αυτό το εργαλείο στρατηγικής διαχείρισης βοήθησε στη μετάφραση του οράματος και της στρατηγικής της εταιρείας μας σε μετρήσιμους στόχους σε τέσσερις προοπτικές: χρηματοοικονομικές, πελάτες, εσωτερικές διαδικασίες και μάθηση και ανάπτυξη. Εστιάζοντας σε αυτούς τους τομείς, καταφέραμε να διασφαλίσουμε ότι η εταιρεία μας παραμένει ισορροπημένη και βιώσιμη μακροπρόθεσμα.

Triple Bottom Line (Elkington, 1997): Αυτή η έννοια τονίζει τη σημασία της εξέτασης όχι μόνο των οικονομικών επιδόσεων αλλά και των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Η δέσμευσή μας για την ΕΚΕ και τη διατήρηση ενός θετικού εργασιακού περιβάλλοντος έχει ενημερωθεί από αυτήν την προσέγγιση, συμβάλλοντας στη συνολική επιτυχία της εταιρείας μας.

Transformational Leadership (Burns, 1978): Ως Διευθύνων Σύμβουλος, έχω στόχο να υιοθετήσω ένα μετασχηματιστικό στυλ ηγεσίας, εμπνέοντας και παρακινώντας τα μέλη της ομάδας να επιτύχουν πλήρως τις δυνατότητές τους. Με την προώθηση ενός υποστηρικτικού περιβάλλοντος, την ενθάρρυνση της καινοτομίας και την προώθηση της ενεργητικής ακρόασης, βοήθησα την ομάδα να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις και να πετύχει τους στόχους μας.

Cross-functional Teams: Η επιτυχία της εταιρείας μας μπορεί επίσης να αποδοθεί στη χρήση διαλειτουργικών ομάδων, οι οποίες συγκεντρώνουν άτομα από διαφορετικά τμήματα για να συνεργαστούν σε έργα. Αυτή η προσέγγιση έχει καλλιεργήσει μια κουλτούρα ανοιχτής επικοινωνίας και ομαδικής εργασίας, οδηγώντας σε πιο αποτελεσματική λήψη αποφάσεων και επίλυση προβλημάτων.

Kotter's 8-Step Change Model (Kotter, 1996): Όταν η εταιρεία μας επεκτάθηκε στη νέα ομάδα αγοράς, χρησιμοποιήσαμε το μοντέλο αλλαγής του Kotter για να μας καθοδηγήσει στη μετάβαση. Ακολουθώντας τα οκτώ βήματα, μπορέσαμε να επικοινωνήσουμε την ανάγκη για αλλαγή, να δημιουργήσουμε την αίσθηση του επείγοντος και τελικά να πετύχουμε το buy-in από όλα τα μέλη της ομάδας.

Active Listening: Καθ' όλη τη διάρκεια της προσομοίωσης, η ενεργητική ακρόαση έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία μας. Με την εξάσκηση της ενεργητικής ακρόασης, καταφέραμε να κατανοήσουμε διαφορετικές προοπτικές, να αντιμετωπίσουμε τις ανησυχίες και να αναπτύξουμε συνεργατικά λύσεις σε προκλήσεις.

Συνοπτικά, οι θεωρίες, οι έννοιες και οι πρακτικές που εισήχθησαν στο πρόγραμμα MBA παρείχαν πολύτιμες γνώσεις για τη βιομηχανία αθλητικών παπουτσιών και έχουν συμβάλει καθοριστικά στην καθοδήγηση των στρατηγικών αποφάσεων, της διοικητικής προσέγγισης και της συνολικής επιτυχίας της εταιρείας μας στην προσομοίωση των επιχειρήσεων.

# Ανασκόπηση και Βελτίωση

## Ανασκόπηση της ατομικής επαγγελματικής εξέλιξης

### Συγκεκριμένη εμπειρία:

Κατά τη διάρκεια της προσομοίωσης, ανέλαβα το ρόλο του Διευθύνοντος Συμβούλου, παίρνοντας κρίσιμες αποφάσεις και οδηγώντας την ομάδα μου. Η εταιρεία μας αντιμετώπισε πολλαπλές προκλήσεις, όπως οικονομικές πιέσεις, ανταγωνιστικές συνθήκες αγοράς και σφάλματα λογισμικού. Δύο σημαντικά γεγονότα περιελάμβαναν την απόφασή μας να δώσουμε προτεραιότητα στη λήψη δανείων από την απόλυση εργαζομένων για να διατηρήσουμε τη δέσμευσή μας για ποιότητα και κοινωνική ευθύνη. Αυτό απέδειξε την αφοσίωσή μας στις αξίες της εταιρείας και στην ευημερία των εργαζομένων μας. Το άλλο σημαντικό γεγονός ήταν η επέκταση σε μια νέα ομάδα αγοράς, η οποία μας απαιτούσε να προσαρμόσουμε τις στρατηγικές μας και να ανταποκριθούμε σε ένα ευρύτερο κοινό. Αυτή η κίνηση μας επέτρεψε να διατηρήσουμε το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα και να συνεχίσουμε την αναπτυξιακή μας τροχιά. Επιπλέον, αντιμετωπίσαμε σφάλματα λογισμικού που μας απαιτούσαν να επικοινωνούμε αποτελεσματικά με τους προγραμματιστές της πλατφόρμας, επιδεικνύοντας τις δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων και την προσαρμοστικότητά μας.

Ως Διευθύνων Σύμβουλος, ήμουν υπεύθυνος για την επίβλεψη όλων των πτυχών της επιχείρησης, από τον καθορισμό στρατηγικής κατεύθυνσης έως τη διαχείριση των καθημερινών λειτουργιών. Έκανα τακτικές συναντήσεις της ομάδας για να διασφαλίσω την ευθυγράμμιση και τη συνεργασία, ενθάρρυνα μια πολιτική ανοιχτών θυρών για να ενθαρρύνω την ανοιχτή επικοινωνία και παρείχα καθοδήγηση και υποστήριξη στα μέλη της ομάδας μου. Επικεντρώθηκα επίσης στην οικοδόμηση μιας ισχυρής εταιρικής κουλτούρας που εκτιμούσε την καινοτομία, την ομαδική εργασία και τη συνεχή βελτίωση.

### Αναστοχαστική παρατήρηση:

Χάρη στην επίβλεψη, έμαθα τη σημασία της ενεργητικής ακρόασης, της συνεργασίας και της προσαρμοστικότητας στη διαχείριση μιας επιτυχημένης επιχείρησης. Δίνοντας μεγάλη προσοχή στις ιδέες και τις ανησυχίες των μελών της ομάδας μου, μπόρεσα να καλλιεργήσω ένα περιβάλλον εμπιστοσύνης και συνεργασίας, το οποίο έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία μας. Επίσης, βελτίωσα τις ικανότητές μου στη λήψη αποφάσεων, ιδιαίτερα όσον αφορά την εξισορρόπηση της οικονομικής υγείας της εταιρείας με τη δέσμευσή μας για ποιότητα και κοινωνική ευθύνη. Για παράδειγμα, όταν αντιμετώπισε οικονομικές προκλήσεις, η ομάδα μας αποφάσισε να συνάψει δάνεια αντί να περικόψει το προσωπικό ή να θέσει σε κίνδυνο την ποιότητα των προϊόντων μας. Αυτή η απόφαση απέδειξε τη δέσμευσή μου στις αξίες της εταιρείας και στην ευημερία των εργαζομένων μας.

Επιπλέον, αλίευσα την ικανότητά μου να προσαρμόζομαι στις μεταβαλλόμενες συνθήκες και να αρπάζω νέες ευκαιρίες. Η επέκτασή μας στην ομάδα της αγοράς οικειότητας πελατών είναι ένα εξαιρετικό παράδειγμα αυτού. Αναγνωρίζοντας την ανάγκη διαφοροποίησης και εξυπηρέτησης ενός ευρύτερου κοινού, μπορέσαμε να διατηρήσουμε το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα και να συνεχίσουμε την αναπτυξιακή μας τροχιά.

Καθ' όλη τη διάρκεια της προσομοίωσης, ανέπτυξα επίσης τις δεξιότητές μου στη δικτύωση, οι οποίες αποδείχθηκαν απαραίτητες για τη δημιουργία στρατηγικών συνεργασιών με άλλες ομάδες. Αυτές οι συνεργασίες όχι μόνο μας βοήθησαν να μείνουμε μπροστά από τον ανταγωνισμό, αλλά μου επέτρεψαν επίσης να μάθω από άλλους, ενισχύοντας περαιτέρω την επαγγελματική μου εξέλιξη. Παρακολουθώντας εκδηλώσεις του κλάδου, συνέδρια και συνεδρίες δικτύωσης, μπόρεσα να επεκτείνω το επαγγελματικό μου δίκτυο και να δημιουργήσω πολύτιμες συνδέσεις που συνέβαλαν στην επιτυχία της εταιρείας μας.

### Αφηρημένη Εννοιολόγηση:

Μετά από προβληματισμό, αναγνωρίζω τη σημασία των διαφόρων θεωριών διαχείρισης στη διαδικασία λήψης αποφάσεών μου. Για παράδειγμα, το πλαίσιο διευθυντικών ρόλων του Mintzberg τονίζει τη σημασία των διαπροσωπικών, ενημερωτικών και αποφάσεων ρόλων (Mintzberg, 1973). Ως Διευθύνων Σύμβουλος, ερμήνευσα αυτούς τους ρόλους ακούγοντας ενεργά, ενισχύοντας τη συνεργασία και λαμβάνοντας αποφάσεις βάσει δεδομένων. Επιπλέον, η απόφαση για επέκταση σε μια νέα ομάδα αγοράς ευθυγραμμίζεται με τον πίνακα ανάπτυξης του Ansoff, ο οποίος προτείνει τη διαφοροποίηση ως στρατηγική ανάπτυξης (Ansoff, 1957). Όσον αφορά την οικονομική διαχείριση, η απόφασή μας να λάβουμε δάνεια για απολύσεις αντανακλούσε την κατανόηση των μακροπρόθεσμων επιπτώσεων των ενεργειών μας, όπως πρότεινε ο Drucker, ο οποίος υποστήριξε τη σημασία της εξισορρόπησης βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων προβληματισμών διαχείριση (Drucker, 2006).

### Ενεργός Πειραματισμός:

Προχωρώντας προς τα εμπρός, θα επικεντρωθώ στη βελτίωση της διαχείρισης του χρόνου μου, της επίλυσης συγκρούσεων, των αναλυτικών δεξιοτήτων και της συναισθηματικής μου νοημοσύνης (Goleman, 2005). Αναγνωρίζω την ανάγκη για αποτελεσματική ιεράρχηση των εργασιών, ανάθεση ευθυνών και ανάπτυξη καλύτερων δεξιοτήτων επίλυσης συγκρούσεων για τη διατήρηση μιας θετικής δυναμικής ομάδας. Για να το επιτύχω αυτό, σκοπεύω να εφαρμόσω εργαλεία και τεχνικές διαχείρισης έργου, όπως ο καθορισμός σαφών στόχων, ο καθορισμός ρόλων και ευθυνών και ο καθορισμός προθεσμιών. Αυτό θα μου επιτρέψει να κατανείμω τους πόρους πιο αποτελεσματικά και να κρατήσω την ομάδα σε καλό δρόμο.

Επιδιώκω επίσης να βελτιώσω την ικανότητά μου να αναλύω πολύπλοκα σύνολα δεδομένων και να αντλώ πληροφορίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν. Χρησιμοποιώντας τεχνικές όπως η ανάλυση SWOT (Fine, 2009) και οι Πέντε Δυνάμεις του Porter (Porter, 1979), μπορώ να πάρω πιο τεκμηριωμένες αποφάσεις και να κατανοήσω καλύτερα τις συνθήκες της αγοράς. Θα επενδύσω επίσης στη συνεχή επαγγελματική ανάπτυξη, παρακολουθώντας εργαστήρια και μαθήματα για να ενισχύσω τις δεξιότητες αναλυτικής και στρατηγικής σκέψης μου.

Συμπερασματικά, στοχεύω να ενισχύσω τη συναισθηματική μου νοημοσύνη για να συνδεθώ καλύτερα με τους άλλους, να διαχειριστώ το άγχος και να καλλιεργήσω ένα υποστηρικτικό εργασιακό περιβάλλον. Δίνοντας προτεραιότητα στην αυτογνωσία, την αυτορρύθμιση και την ενσυναίσθηση στις αλληλεπιδράσεις μου, μαζί με τις πρακτικές ενσυνειδητότητας, περιμένω να διαχειρίζομαι πιο αποτελεσματικά τα συναισθήματα και τα επίπεδα άγχους. Επιπλέον, σκοπεύω να συνεχίσω να χτίζω στρατηγικές συνεργασίες για να προωθήσω την επαγγελματική μου εξέλιξη και να συμβάλω στην επιτυχία μελλοντικών έργων. Η ενεργή αναζήτηση ευκαιριών δικτύωσης με ηγέτες του κλάδου και η ενημέρωση για τις πιο πρόσφατες επιχειρηματικές τάσεις θα με βοηθήσει να επεκτείνω το επαγγελματικό μου δίκτυο και να βελτιώσω τις ηγετικές μου ικανότητες.

## Προτάσεις για βελτίωση και περαιτέρω ανάπτυξη

Ενίσχυση των δεξιοτήτων επικοινωνίας: Αν και η ενεργητική ακρόαση έπαιξε κρίσιμο ρόλο στην ενίσχυση της συνεργασίας και της εμπιστοσύνης εντός της ομάδας, υπάρχει πάντα περιθώριο βελτίωσης στην επικοινωνία. Οι ηγέτες θα πρέπει να επενδύσουν σε προγράμματα κατάρτισης και ανάπτυξης για να βελτιώσουν τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες, συμπεριλαμβανομένης της αποτελεσματικής λεκτικής και μη λεκτικής επικοινωνίας, της ενσυναίσθητης ακρόασης και της διεκδίκησης. Οι βελτιωμένες δεξιότητες επικοινωνίας θα επιτρέψουν στους ηγέτες να κατανοήσουν καλύτερα και να αντιμετωπίσουν τις ανάγκες της ομάδας τους και να ενισχύσουν ένα πιο θετικό εργασιακό περιβάλλον.

Προώθηση μιας κουλτούρας συνεχούς μάθησης και ανάπτυξης: Ένα κλειδί για τη βιώσιμη ανάπτυξη είναι η προώθηση μιας κουλτούρας μάθησης εντός του οργανισμού. Ενθαρρύνετε τα μέλη της ομάδας να αναζητήσουν νέες γνώσεις, να μοιραστούν ιδέες και να μάθουν ο ένας από τις εμπειρίες του άλλου. Αυτό μπορεί να διευκολυνθεί μέσω προγραμμάτων καθοδήγησης, πλατφορμών ανταλλαγής γνώσεων και τακτικών ευκαιριών κατάρτισης. Με την προώθηση μιας κουλτούρας συνεχούς μάθησης, ο οργανισμός μπορεί να προσαρμοστεί στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και να παραμείνει μπροστά από τον ανταγωνισμό.

Ενίσχυση της δυναμικής και της συνεργασίας της ομάδας: Η οικοδόμηση μιας ισχυρής ομάδας είναι απαραίτητη για την επιτυχία μιας εταιρείας. Οι ηγέτες θα πρέπει να εργάζονται ενεργά για τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος που ενθαρρύνει τη συνεργασία, την ομαδική εργασία και την κοινή ιδιοκτησία των στόχων της εταιρείας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί παρέχοντας τακτικές δραστηριότητες δημιουργίας ομάδας, ενθαρρύνοντας την ανοιχτή και διαφανή επικοινωνία και προσφέροντας εποικοδομητική ανατροφοδότηση. Η ανάπτυξη ισχυρής δυναμικής ομάδας θα οδηγήσει τελικά σε υψηλότερα επίπεδα αφοσίωσης, ικανοποίησης και παραγωγικότητας των εργαζομένων.

Βελτίωση της λήψης αποφάσεων και του στρατηγικού σχεδιασμού: Καθ' όλη τη διάρκεια της προσομοίωσης, έπρεπε να ληφθούν αρκετές κρίσιμες αποφάσεις, όπως η επιλογή δανείων έναντι της περικοπής προσωπικού ή η επέκταση σε νέα τμήματα της αγοράς. Για τη βελτίωση της λήψης αποφάσεων και του στρατηγικού σχεδιασμού, οι ηγέτες θα πρέπει να αναπτύξουν ένα ισχυρό πλαίσιο λήψης αποφάσεων, ενσωματώνοντας γνώσεις βάσει δεδομένων, σχεδιασμό σεναρίων και εκτιμήσεις κινδύνου. Με αυτόν τον τρόπο, οι ηγέτες μπορούν να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις που ευθυγραμμίζονται με τις αξίες και τους μακροπρόθεσμους στόχους του οργανισμού.

Αγκαλιάζοντας τον ψηφιακό μετασχηματισμό και την καινοτομία: Η εμπειρία της επιχειρηματικής προσομοίωσης αποκάλυψε ορισμένα ζητήματα λογισμικού που έπρεπε να αντιμετωπιστούν. Για να παραμείνουν ανταγωνιστικοί στο εξελισσόμενο τοπίο της αγοράς, οι ηγέτες πρέπει να αγκαλιάσουν τον ψηφιακό μετασχηματισμό και να δώσουν προτεραιότητα στην καινοτομία. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει επένδυση σε νέες τεχνολογίες, ενθάρρυνση μιας κουλτούρας πειραματισμού και δημιουργικότητας και αξιοποίηση της ανάλυσης δεδομένων για την ενημέρωση της λήψης αποφάσεων.

Ενίσχυση της συναισθηματικής νοημοσύνης και των ηγετικών ικανοτήτων: Οι ηγέτες, είναι σημαντικό να κατανοούν και να διαχειρίζονται τα συναισθήματά τους και αυτά της ομάδας. Η ανάπτυξη της συναισθηματικής νοημοσύνης μπορεί να βοηθήσει τους ηγέτες να συνδεθούν καλύτερα με τους άλλους, να διαχειριστούν το άγχος και να δημιουργήσουν ένα υποστηρικτικό εργασιακό περιβάλλον. Οι ηγέτες θα πρέπει να επενδύσουν σε προγράμματα εκπαίδευσης συναισθηματικής νοημοσύνης και να αναζητήσουν ανατροφοδότηση από τα μέλη της ομάδας τους για να εντοπίσουν τομείς προς βελτίωση.

# Επίλογος:

Συμπερασματικά, το ταξίδι της προσωπικής και επαγγελματικής ανάπτυξης μέσω αυτής της προσομοίωσης ήταν πολύπλευρο και διαφωτιστικό. Η ενεργή ακρόαση, η συνεργασία και η μεγάλη έμφαση στη δυναμική της ομάδας ήταν καθοριστικής σημασίας για τη διαμόρφωση του στυλ ηγεσίας μου. Η συνεχής επιδίωξη της αυτοβελτίωσης και της μάθησης ήταν η κινητήρια δύναμη στην πλοήγηση στην πολυπλοκότητα του επιχειρηματικού κόσμου. Η εφαρμογή των προτεινόμενων βελτιώσεων όχι μόνο βελτίωσε τις ατομικές μου δυνατότητες αλλά συνέβαλε σημαντικά στην επιτυχία του οργανισμού. Αυτή η εμπειρία υπογραμμίζει τη σημασία της ανθεκτικότητας, της προσαρμοστικότητας και της συνεχούς μάθησης στο εξελισσόμενο τοπίο της επιχειρηματικής ηγεσίας.

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - Πηγές

# References

Adidas, 2021. *Adidas' strategic focus on digitalization, sustainability, and North America as part of their "Creating the New" strategy.* [Online]   
Available at: https://www.adidas-group.com/en/media/news-archive/press-releases/2021/adidas-presents-growth-strategy-own-the-game-until-2025/  
[Accessed 8 5 2023].

Ansoff, H. I., 1957. Strategies for diversification. *Harvard Business Review,* 35(5), pp. 113-124.

Barney, J., 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management,* 17(1), pp. 99-120.

Bass, B. M., 1985. *LEADERSHIP AND PERFORMANCE BEYOND EXPECTATIONS.* New York: Free Press.

Bindra, J., 2022. *Sustainable Sneakers: 17 Brands for Eco-Friendly Kicks.* [Online]   
Available at: https://greenisthenewblack.com/sustainable-sneakers/  
[Accessed 8 5 2023].

Burns, J. M., 1978. *Leadership (Harper Perennial Political Classics).* New York: Harper & Row.

Chesbrough, H. W., 2006. *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology.* s.l.:Harvard Business Review Press.

Christensen, C. M., 2001. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail.* Boston: HighBridge Audio.

Drucker, P. F., 2006. *The Practice of Management.* s.l.:Harper Business.

Elkington, J., 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business.* Oxford: Capstone Publishing.

Epstein, M. J., Elkington, J. & Leonard, H. B., 2008. *Making Sustainability Work: Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental and Economic Impacts (Business).* s.l.:Berrett-Koehler Publishers.

Fine, L. G., 2009. *The SWOT Analysis: Using your Strength to overcome Weaknesses, Using Opportunities to overcome Threats.* s.l.:s.n.

Goleman, D., 2005. *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ.* s.l.:Random House Publishing Group.

Grand View Research, 2020. *Sustainable Footwear Market Size | Industry Report, 2020 - 2027.* [Online]   
Available at: https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/sustainable-footwear-market  
[Accessed 1 5 2023].

Gulati, R., 1998. Alliances and Networks. *Strategic Management Journal,* 19(4), pp. 293-317.

Heskett, J. L. et al., 1994. Putting the Service-Profit Chain to Work. *Harvard Business Review,* 72(2), pp. 164-174.

Hill, C. W. & Jones, G. R., 2012. *Strategic Management: An Integrated Approach.* 10th ed. s.l.:Cengage Learning.

Homans, G. C., 1958. Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology,* 63(6), pp. 567-606.

Kaizen, 2023. *Operational Excellence And Management Consulting | Kaizen.* [Online]   
Available at: https://kaizen.com/  
[Accessed 8 5 2023].

Kane, G. C. et al., 2015. STRATEGY, NOT TECHNOLOGY, DRIVES DIGITAL TRANSFORMATION. *MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press.*

Kaplan, R. S. & Norton, D. P., 1992. The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review,* 70(1), pp. 71-79.

Kaplan, R. S. & Norton, D. P., 1996. *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action.* s.l.:Harvard Business Review Press.

Keller, K., 2012. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity.* 4th ed. s.l.:Pearson.

Kim, W. C. & Mauborgne, R., 2015. *Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant.* Boston: Harvard Business Review Press.

Kotter, J. P., 1996. *Leading Change.* Boston: Harvard Business School Press.

Lewin, K., 1947. Frontiers in group dynamics. *Human Relations,* 1(1), pp. 5-41.

Mintzberg, H., 1973. *The Nature of Managerial Work.* s.l.:Harpercollins College Div.

Pfeffer, J., 1998. *The Human Equation: Building Profits by Putting People First.* s.l.:Harvard Business Review Press.

Porter, M. E., 1979. How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review,* 57(2), pp. 137-145.

Porter, M. E., 1985. *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance.* New York: Free Press.

Porter, M. E., 1998. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors.* s.l.:Free Press.

Porter, M. E. & Kramer, M. R., 2011. Creating Shared Value. *Harvard business review,* 89(1-2), pp. 62-77.

Scaled Agile Framework, 2023. *SAFe 6.0.* [Online]   
Available at: https://scaledagileframework.com/  
[Accessed 9 5 2023].

Schein, E. H., 2010. *Organizational culture and leadership.* 4th ed. San Francisco: Jossey-Bass.

Smith, A., 1956. The theory of moral sentiments. In: Indianapolis, IN: Liberty Fund (Original work published 1759).

Treacy, M. & Wiersema, F., 1993. Customer Intimacy and Other Value Disciplines. *Harvard Business Review,* 71(1), pp. 84-93.

Tricia, M., 2022. *Nike’s eCommerce Strategy, 4 Reasons Why Digital Sales are Soaring.* [Online]   
Available at: https://www.indigo9digital.com/blog/nikedigitalstrategy  
[Accessed 5 5 2023].

Tuckman, B. W., 1965. Developmental sequence in small groups. *Psychological Bulletin,* 63(6), pp. 384-399.

www.cascade.app, n.d. *Strategy Study: How Nike Runs The Sportswear Game.* [Online]   
Available at: https://www.cascade.app/studies/how-nike-runs-the-sportswear-game  
[Accessed 28 4 2023].

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – Ημερολόγιο

## First meeting: Alignment

Στρατηγικές Πρωτοβουλίες

• Επωνυμία εταιρείας

• Σύνθημα

• Λογότυπο

• Δήλωση οράματος και αποστολής

• Ανάλυση κατάστασης (SWOT + PESTEL)

Σχεδιασμός Στρατηγικής

• Δημιουργήστε μια στρατηγική με βάση τον στόχο και τα δεδομένα έρευνας (π.χ. πελάτης)

• Οι αγορές μπορεί να είναι ασταθείς, επομένως μπορείτε να περιστρέφετε και να αλλάζετε (να είστε ευέλικτοι)

• Επιπτώσεις Μάρκετινγκ, Ε&Α, logistics και χρηματοοικονομικών

• Καμπάνιες Branding, Διαφήμισης, Δημοσίων Σχέσεων (PR).

## Second Meeting for 17/03/2023

Στόχοι:

• Αύξηση Ε&Α 2 -> 4 εργαζομένων

• Αστέρι ποιότητας από 40 -> 50% (μείωση Καινοτομίας και Αξιοπιστίας κατά 5% το καθένα)

• Αύξηση της εκπαίδευσης του προσωπικού για να επιτευχθεί 75%

• Αυξήστε το κίνητρο για να επιτύχετε 70% (μειωμένο από 75%)

• Αύξηση του μεγέθους της αποθήκης

• Αύξηση εργαζομένων για παιδιά νέα ομάδα στόχου Persona

• Αλλάξτε τους στόχους από πτώση πωλήσεων σε συνολική θέση στην αγορά

## Third Meeting: Alignment

Στόχοι:

• Μόλις συνειδητοποίησα κάποιους κανόνες

• Από τον γύρο 1 λάθος απόφαση σχετικά με τις δραστηριότητες της Διοίκησης (π.χ. ανάλυση αγοράς)

• Θα έπρεπε να έχει επικεντρωθεί περισσότερο στην πρόσληψη νέων διευθυντών

• Κίνητρα των εργαζομένων

• Μάρκετινγκ (ως μάρκετινγκ όχι ανάλυση)

• Πωλήσεις σε Άνδρες/Γυναίκες Στοχεύουν πελάτες Οικειότητα Ομάδα

• Έπρεπε να δοκιμάζονταν για την αποδοχή της τιμής των παιδιών ως ομάδα δοκιμών (ούτως ή άλλως ήταν η τελευταία ομάδα που προστέθηκε, επομένως η φήμη δεν πρέπει να βλάψει)

• Αφαιρέστε την οικειότητα πελατών από τις γυναίκες, οι άνδρες προσθέστε στα παιδιά

• Πολιτική βιωσιμότητας 4η επιλογή Ποιότητα εκπαίδευσης (50.000 επιπλέον κόστος ανά έτος)

• Διατήρηση του αποθέματος στις 12 χιλιάδες λόγω κόστους για αποθηκευμένα περιουσιακά στοιχεία + έξοδα μεγέθους αποθήκης;

• Στο Απόθεμα Τρεχουσών Περιουσιακών Στοιχείων του Ισολογισμού λέει 12 χιλιάδες είναι παπούτσια από τον προηγούμενο γύρο;

• Προσεκτικά υπολογίστε πόσα κάθε χρόνο και πότε να προσθέσετε περισσότερα

• Ε&Α 8 άτομα

• Προϋπολογισμός Ε&Α 110

• 5% αξιοπιστία 90% Quality Star 5% καινοτομία

• Τιμή 115 άνδρες/γυναίκες 105 παιδιά;

• Προώθηση SEO (όλα) + Billboard + περιοδικό για παιδιά (μεγαλύτερη δυνατή απήχηση) + εφημερίδα + Φέιγ βολάν

• Προσλήψεις προσωπικού στο μέγιστο ((κάθε γύρο προσλαμβάνουμε υπαλλήλους επειδή κάποιος φεύγει... κόστος πρόσληψης 5 χιλιάδες ανά νέο υπάλληλο))

• Μηχανή HCM; (Αυξάνει την αφοσίωση που σημαίνει ότι οι εργαζόμενοι δεν θα εγκαταλείψουν την εταιρεία, επομένως δεν θα ξαναπροσληφθούν για να ξοδέψουν χρήματα 1.000 για νέο υπάλληλο (εάν έχει προσλήψεις ανθρώπινου δυναμικού στο μέγιστο 1.000, διαφορετικά 5.000 ανά νέο υπάλληλο))

• Αμοιβές +1% μισθοί;

• Αύξηση όλων των Bonus x Target κατά 0,5%;

• Κανένα κέρδος ή κατανομή κερδών (φέτος θα περιλαμβάνει ορισμένες επικίνδυνες κινήσεις! Προσέξτε)

• Προϋπολογισμός εκπαίδευσης από 12 χιλιάδες έως 15 χιλιάδες;

• ΠΛΗΡΕΣ υποχρεωτικά εσωτερικά μαθήματα

Θέματα προς συζήτηση:

KoneB:

• Από 17% μερίδιο αγοράς σε 42% (έχουμε 44%)

• 600 μπόνους στον στόχο (έχουμε 650)

• Εξακολουθεί να είναι μεγάλη διαφορά κατάταξης, αλλά το μερίδιο αγοράς είναι ένα ζήτημα. Πρέπει να μειώσουμε τις τιμές για να ταιριάξουμε με τους ανταγωνιστές μας;

• Επικεντρώνονται στην ποιότητα μόνο άνδρες/γυναίκες (2,x μπόνους και εμείς 1,x μπόνους σε αυτήν την Ομάδα-στόχο)

• Επικεντρώνονται επιπλέον στο Μάρκετινγκ στις Δραστηριότητες Διαχείρισης

Τιμές:

• Μεγάλο μερίδιο αγοράς Κατηγορία τιμών (2η κατάταξη)

• Πρέπει να εισβάλουμε στη νέα αγορά αν θέλουμε να κερδίσουμε (Δοκιμάστε πρώτα τα παιδικά παπούτσια μειώνοντας την τιμή;)

π.χ., 110 άνδρες/γυναίκες 100 παιδιά;

## Fourth meeting: Alignment

Ανάλυση -> Αγορά -> Ανάπτυξη ζήτησης ανά ομάδα αγοράς δείτε σημεία αποτελεσματικότητας σχετικά με το τι πρέπει να μειώσετε ή να αυξήσετε

Θέματα προς συζήτηση:

1) Πώς να αυξήσετε τα κέρδη και να μειώσετε τα έξοδα;

2) Πώς να αυξήσετε το απόθεμα καλής ποιότητας (πιο πρόσφατα παπούτσια);

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – Εικόνες



Figure 1 Word Cloud IT+Business