



MONEY

CLUB ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ MONEY SHOW

LAB

BEYOND 2031

**ΠΡΟΣΟΧΗ! ΟΙ ΠΑΡΟΥΣΕΣ ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ
ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΟΥΔΕΜΙΑ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΓΓΡΑΦΗ
ΣΤΟ Χ.Α./Χ.Α.Κ. Η ΑΛΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ.**

ΑΠΕΥΘΥΝΟΝΤΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΣΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ CLUB ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ ΤΟΥ MONEY SHOW, **MONEYLAB**

**Ευκαιρία
πληροφόρησης
προνομία**

**Προσωπική
με τους σπ
εκπρωσώπ
της αγοράς**

**Εκπαιδευτικές
σε Χρήματα
πρόϊοντα κα**

**Προνομαζέ-
σε στεγαστή**

**Απολαύστε
αποκλειστικά
οφέλη**

MONEY

सिवटे मेईम
रुपा!

Χορηγός
HERMES

MONEY SHOW

Η δύναμη
της αγοράς
χρηματοδότησης

MONEY
CLUB ETIENATON MONEY SHOW
LAB

**Το club των
προνομιούχων
επενδυτών**

ΣΟΦΙΣΤΕΣ

Γραφείο

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ORGANOTECNICA LLC

1. /ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΕΛΛΑΔΑ ΜΕ “MONEY LAB IKE”

Ιδρύουμε την Ελληνική εταιρεία **MONEY LAB IKE** και αναλαμβάνουμε την διοίκηση ως πλειοψηφούντες εταίροι. Σημερινή αποτίμηση προπώλησης σε στρατηγικό επενδυτή του 30% τα 250.000 ευρώ. Προνομιακή συμμετοχή για **συμμετόχους μεριδιούχους** που συνεισφέρουν μετρήσιμα με τους όρους που αναλύουμε στο “1.2” ανα είδος επενδυτών, και επιπέδου αποτελεσματικής οικονομικής συνεισφοράς.

Αλλάζουμε την διοικητική και εταιρική δομή από καθαρά προσωποπαγή σε διοικούμενη με την φιλοσοφία της εταιρικής διακυβέρνησης και ελεγχόμενα, οικοσυστημικά πολυμεριδιακή, με ενδιαφερόμενους επιλεγμένους συνεταιίρους στρατηγικούς επενδυτές που θα προσδώσουν αυξημένο κύρος και προστιθέμενη αξία με την ουσιαστική και ενεργή κρίσιμη οικονομική και εργασιακή συμμετοχή τους .

Η εταιρία στοχεύει στην εύρεση Ελλήνων και Κυπρίων φίλων στρατηγικών συνεργατών ή μικρομεριδιούχων που θα χρηματοδοτήσουν την απρόσκοπτη συνέχιση της πραγματοποίησης αλλά και επέκταση στην περιφέρεια των διοργανώσεων του Money Show στην Ελλάδα αλλά και χρηματοδοτεί το σύνολο των λοιπών δραστηριοτήτων της εταιρείας όπως περιγράφονται συνοπτικά στα 3 Strategic Business Units (S.B.U.).

1.1 STRATEGIC BUSINESS UNITs MONEY LAB

S.B.U. 1) ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΑΘΗΝΑΣ

Θα αναπτύξουμε την διοργάνωση της Αθήνας από μηδενική βάση, γιατί γνωρίζουμε ότι το νέο επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα δεν έχει καμμία σχέση με αυτό που υπήρχε ως το 2009, ως συνέδριο-B2B έκθεση. Στόχος η βιώσιμη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη και όχι τα εύλωτα κέρδη.

S.B.U. 2) ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΒΑΛΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ (BALKANS MONEY SHOW)- ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ (B2B NY-NEW YORK BLUE MONEY SHOW).

Στην Θεσσαλονίκη συνεχίζουμε, ως έχει, την εξαιρετική συνεργασία με το Ελληνοιταλικό Επιμελητήριο και εντείνουμε την εμπορική προσπάθεια με συστηματική επένδυση. Αναβιώνουμε τις Βαλκανικές διοργανώσεις μας & τις σχέσεις μας με απόδημο Ελληνισμό στην Νέα Υόρκη.

S.B.U. 3) ΑΝΑΒΙΩΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ ΤΟΥ MONEY SHOW ΚΑΙ ΤΗΣ ORGANOTECNICA BUSINESS CONSULTANTS/LEARNERSHIP LLL INSTITUTE.

Αναπτύσσουμε όλες τις ελληνικές Περιφερειακές διοργανώσεις του Money Show και επιλεκτικά τις παραδοσιακές εκπαιδευτικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες του ORGANOTECNICA GROUP

ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ ΜΑΣ-ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Α. ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΑΘΗΝΑΣ

Σήμερα η Ελλάδα δοκιμάζεται ακόμα απο την δεκαετή ήδη χρεοκοπία της αλλά αργά η γρήγορα το νέο τοπίο θα σταθεροποιηθεί. Ο στόχος μας είναι να επαναλάβουμε τουλάχιστον ότι πετύχαμε στο παρελθόν απο το 1984 ως το 2009 πριν η Ελλάδα χρεοκοπήσει με τους αντιαναπτυξιακούς όρους των δανειστών. Η δεκαετία 2009-2018 ήταν μία χαμένη δεκαετία που επέστρεψε την Ελλάδα έξη δεκαετίες πίσω. Βέβαια μετά τις εμπειρίες 30 ετών φιλοδοξούμε σε κάτι πολύ καλύτερο απο αυτά που πετύχαμε απο το 1984 ως σήμερα με βάση πάντα την συγκυρία.

Οι βασικές αγορές του Athens Money Show έχουν την δυνατότητα οργανικής ανάπτυξης με προϋπόθεση των ανάπτυξη στοχευόμενων υποπροϊόντων. Δεν επιδιώκουμε βραχυπρόθεσμα αποτελέσματα ή κέρδη.

Η βασική λειτουργία του Money Show θα συνεχιστεί και ενδυναμωθεί, ως:

- ενός **Targeted Communication Medium/Platform** (Money Show Multi-Conference)
- **Ad/Commercial broker and publisher for specific publications.** Εκδοτικές δραστηριότητες που είναι άμεσα συνδεδεμένες με το Money Show.
- **Niche Life Long Learning Educational services company** ειδικευμένη στο knowledge brokering στα πεδία: Leadership, Social Entrepreneurship, Knowledge Management, Emotional Intelligence, and Organizational Learning.
- **Professional Investor brokering, prospective profitable investments and Consulting services** ειδικευμένη στο management/marketing των Δημόσιων, Ιδιωτικών και Κοινωνικών οργανισμών.

Β. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΒΑΛΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Συστηματικά επεκτείνουμε εμπορικά στην Βόρεια Ελλάδα και τα Βαλκάνια την επιχειρηματική δράση μας. Δεν είναι καθόλου θέμα μεγαλόπνοων στρατηγικών αλλά πειθαρχημένης εκτέλεσης και οργάνωσης. Υπάρχουν επιχειρήσεις που μας αφορούν άμεσα και έχουν ανάγκες που πιέζουν...

Γ. ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ (MONEY SHOW)-ΕΞΑΓΟΡΕΣ.

Δεν επιχειρούμε κάτι νέο. Επαναλαμβάνουμε αυτά που πετύχαμε στο παρελθόν με την αναβίωση του πανελλαδικού δικτύου μας. Η Εταιρεία ενδιαφέρεται επίσης, υπο αυστηρούς όρους, για την εξαγορά μέσω συγχώνευσης-δυναμικών Επιχειρήσεων, του εκπαιδευτικού και επικοινωνιακού κλάδου και όχι μόνο.. Στόχοι είναι Εταιρείες με Προϊόντα που συμπληρώνουν την γκάμα της, εταιρείες που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σαν Τοπικοί Αντιπρόσωποι, καθώς και εταιρείες με εμπειρία και Know-How σε τομείς που θέλει να επεκταθεί.

Αντι να στραφούμε στην παροχή οργανωτικών υπηρεσιών (παραδοσιακό χώρο ανάπτυξης, από το 1960, του Organotecnica Group) θα προχωρήσουμε ΠΡΟΣΕΚΤΙΚΑ σε εξαγορές επίλεκτων επιχειρήσεων, στρατηγικά συμβατών, μόνο με ανταλλαγή μετοχών, που παρουσιάζουν μεσομακροπρόθεσμο επενδυτικό ενδιαφέρον ΕΚΤΙΜΟΥΜΕΝΩΝ ΥΨΗΛΩΝ ΑΠΟΔΟΣΕΩΝ, Δεν θα θυσιάσουμε όμως εταιρικό ρευστό για δανειοδότηση των επιχειρήσεων που συγχωνεύουμε..

Το MONEY SHOW έχει μεγάλα περιθώρια να αυξήσει το μερίδιό του στην αγορά των συνεδρίων/σεμιναρίων, χωρίς να προκαλεί γενικότερη "αναστάτωση" στους ανταγωνιστές του. Η ανάπτυξη των Ιδίων Κεφαλαίων, επιτρέπει την εκμετάλλευση του τμήματος της εκπαιδευτικής Αγοράς που απαιτεί χρηματοδότηση (μεγάλες ή μικρομεσαίες επιχειρήσεις που διαθέτουν εργαζόμενους με ΙΚΑ, είναι ασφαλιστικά ενημερες και συνεπώς διαθέτουν ΛΑΕΚ) και στο οποίο τα περιθώρια κέρδους είναι υψηλότερα λόγω χαμηλότερου ή και ανύπαρκτου ανταγωνισμού. Το πρόβλημα των εκπαιδευτικών εταιρειών, σε μία εποχή που η μόνη υπάρχουσα εκπαιδευτική δραστηριότητα, είναι η συνδεδεμένη με το ΛΑΕΚ, είναι ότι επειδή ο ΟΑΕΔ πληρώνει το ΛΑΕΚ με σημαντική χρονική καθυστέρηση, ότι αδυνατούν να χρηματοδοτήσουν τους πελάτες για χρονικά διαστήματα που υπερβαίνουν το έτος.

Το συμπέρασμα είναι ότι όταν η ίδια η Εταιρεία που προμηθεύει την εκπαιδευτική υπηρεσία, είναι σε θέση να διευκολύνει χρηματοδοτικά τους πελάτες της, τότε η Εταιρεία αυτή αφ' ενός είναι πιο αρεστή στους Πελάτες και έχει

την δυνατότητα να έχει πολύ μεγαλύτερα κέρδη, ενώ μπορεί και να συνεργαστεί χρηματοδοτώντας ως συνέταιρος υφιστάμενες εκπαιδευτικές εταιρείες, αξιοποιώντας την απ' ευθείας τους επαφή με τον Πελάτη.

Μπορεί επίσης να ανταγωνιστεί με επιτυχία τις Εταιρείες σεμιναρίων και συνεδρίων που δραστηριοποιούνται στο χώρο που για να προωθήσουν τις πωλήσεις τους είναι υποχρεωμένοι να συνεργάζονται με μικρές εκπαιδευτικές Εταιρείες). Σήμερα, το 70 % τουλάχιστον των αγορών που σχετίζονται με την στοχευμένη εκπαίδευση (στον ιδιωτικό Τομέα) γίνονται με την διαδικασία της ανάθεσης λόγω ρευστότητας, το οποίο όμως παρουσιάζει μειονεκτήματα: Για παράδειγμα, πολλοί αξιόπιστοι Πελάτες επιθυμούν μία μικρή μόνο Χρηματοδότηση (π.χ. 6 -12 μηνών, για το 50 % περίπου του συνολικού ποσού μόνο). Σε άλλους επίσης δεν αρέσει ο τρόπος συνεργασίας των πολυεθνικών δικτύων, τις οποίες θεωρούν πολύ απρόσωπες, αυστηρές και ανελαστικές.

Η ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΑΠΟΔΟΣΕΩΝ ΤΗΣ MONEYLAB IKE

Η Εταιρεία δεν έχει **φιλοσοφία βραχυπρόθεσμων αποδόσεων**. Η Πολιτική αυτή είναι αποτέλεσμα της γενικότερης Φιλοσοφίας της Εταιρείας, που σχετίζεται και με τον μακροπρόθεσμο επενδυτικό της ορίζοντα (**2031**)

1.2 ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΜΕΡΙΔΙΩΝ MONEY LAB IKE

Επιλέξαμε ως εταιρικό τύπο την IKE γιατί είναι ο μοναδικός εταιρικός τύπος στην Ελλάδα που θεσμοθετεί την συνεισφορά με “εργασία” ή “έργο” ως μορφή κεφαλαίου πράγμα που συμφωνεί απόλυτα πρακτικά, ηθικά και φιλοσοφικά με το εταιρικό μας μοντέλο βιώσιμης ανάπτυξης.

Το καθαρά τυπικό μεριδιακό κεφάλαιο σύστασης θα είναι 1.000 ευρώ προκειμένου να έχουμε μία αριθμητική μονάδα μέτρησης των μεριδίων που θα διατίθενται σε συμμετόχους μετόχους.

Στα αρχικά μερίδια που θα διαθέσουμε θα συνυπολογιστεί η υπεραξία που θα έχει ως περιεχόμενο:

αφ ενός την χωρίς αμοιβή ισόβια εργασία του ιδρυτού κου Ηλία Φαραγγιτάκη με σύνολο έως 4 ανθρωπομηνών ανα έτος, λόγω των παράλληλων εργασιών του στις καθαρά διεθνείς διοργανώσεις της ORGANOTECNICA LLC, καλύπτονται όμως τα αιτιολογημένα και προεγκκεκριμένα απο το Δ.Σ. έξοδα κίνησης του. Η δέσμευση αυτή θεωρείται ότι αιτιολογεί το 100% υπεραξίας.

αφ ετέρου το δικαίωμα αποκλειστικής χρήσης του τίτλου του MONEY SHOW, πλην Πάτρας, για 10 χρόνια εγγυημένο απο τον Ηλία Φαραγγιτάκη αποκλειστικό μέτοχο της ORGANOTECNICA LLC.

Α. ΕΙΣΟΔΟΣ ΕΝΑΝΤΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΜΕΣΩ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΤΩΝ ΙΔΡΥΤΩΝ ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΥΣ ΜΕΡΙΔΙΟΥΧΟΥΣ 500.000. ΤΙΜΗ 20% ΜΕΡΙΔΙΩΝ 100,000 ΕΥΡΩ ΔΕΝ ΠΑΡΕΧΕΤΑΙ Η ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΜΙΚΡΟΤΕΡΟ ΑΡΙΘΜΟ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΣΕ ΑΥΤΗΝ ΤΗΝ ΤΙΜΗ 20% 100,000
--

Η υπεραξία της αποκλειστικής εμπορικής αξιοποίησης του ενσωματώνεται στην MONEY SHOW IKE. με αρχική αποτιμώμενη συνολική κεφαλαιοποίηση απο τους αρχικούς ιδιοκτήτες στα 500,000 ευρώ για τους σημερινούς συμμετόχους μετόχους που αποδεδειγμένα θα συνεισφέρουν σήμερα με τρόπο αριθμητικά άμεσα μετρήσιμο που αιτιολογεί την προνομιακή τιμή για ποσοστό συμμετοχής 20%.

Ο αριθμός των μεριδίων που θα επιτραπεί να αγοραστούν πέρταν του 20% αντιστοιχούν άμεσα στο επίπεδο συνεισφοράς. Η ΥΠΕΡΑΞΙΑ ΔΕΝ ΚΑΤΑΛΗΓΕΙ ΣΤΗΝ ΤΣΕΠΗ ΙΔΡΥΤΩΝ ΑΛΛΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ.

Δεν μας ενδιαφέρει να δημιουργήσουμε κερδοσκοπικές βραχυπρόθεσμες χρηματιστηριακού χαρακτήρα υπεραξίες ούτε το να γίνουμε αεροπλανάκι ή πυραμίδα σε βάρος φίλων που θα μας εμπιστευτούν έστω και ένα ευρώ.

Συνεπώς δεν πουλάμε σε “φιλικές” τιμές μερίδια σε “φίλους” που θα πουλήσουν ακριβότερα σε τρίτους γιατί δεν μας ενδιαφέρει η δημιουργία μίας χειραγωγούμενης δευτερογενούς ιδιωτικής αγοράς που

τεχνητά αυξάνει την τιμή των μεριδίων ενώ δεν αιτιολογείται σε εταιρικές αποδόσεις την στιγμή που επιδιώκουμε, αν πετύχουμε, μακροπρόθεσμα υπερδεκαετή αποτελέσματα (2031).

Παράδειγμα της συνεισφοράς είναι η ολοκληρωμένη και πλήρης παροχή σε πωλήσεις των διοργανώσεων δηλαδή για εκθέτες ή χορηγούς ή η καθοριστική μείωση κόστους υφιστάμενων δαπανών με τρόπο απόλυτα μετρήσιμο αριθμητικά. Η περίπτωση αυτή είναι ανοικτή σήμερα αλλά οι όροι απαράβατοι και εξαιρετικά αυστηροί.

Η πώληση μεριδίων σε τρίτους δεν θεωρείται συνεισφορά και δεν παρέχεται οποιουδήποτε είδους κίνητρο για σύσταση μεριδιούχων. Οι συμμετοχοί μας δεν είναι προϊόν προς πώληση αλλά συμμετοχοί στο μακροπρόθεσμο οικονομικό αποτέλεσμα και την εταιρική φήμη.

Β. ΕΙΣΟΔΟΣ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΜΕ ΑΓΟΡΑ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΤΩΝ ΙΔΡΥΤΩΝ

ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΠΡΩΗΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ ΜΕΡΙΔΙΟΥΧΟΥΣ 10% 70,000 ΕΥΡΩ

ΜΙΝΙΜΟΥΜ ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΟΝΟΜΙΑΚΗΣ ΠΡΟΑΓΟΡΑΣ ΜΕΡΙΔΙΩΝ 10%. ΤΙΜΗ ΠΡΟΑΓΟΡΑΣ 10% ΜΕ 70,000

Με την υπογραφή λεπτομερούς ιδιωτικού συμφωνητικού με προεγγραφή **προπωλούνται** για τους πρώην εργαζόμενους και οικοσυστημικούς φίλους με την αρχική συνολική κεφαλαιοποίηση να υπολογίζεται στα 750.000 ευρώ ενώ δεν θα υποχρεούνται να συνεισφέρουν με κάποιο αριθμητικά ή χρονικά μετρήσιμο έργο αλλά θα έχουν ρητές οικοσυστημικές υποχρεώσεις ως **community members**.. Η τιμή για 10% μερίδιο για τους άμεσα συμμετέχοντες στην σημερινή παρουσίαση είναι ΜΕΙΩΜΕΝΗ στα 70,000 ευρώ (αντιστοιχεί στο 10% του συνόλου της μεριδιακής αξίας της ΙΚΕ).

Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΞΕΚΙΝΑ ΠΡΟΠΩΛΗΣΗ 1% ΜΕΡΙΔΙΟΥ ΤΗΣ ΙΚΕ ΕΝΑΝΤΙ 7,500

ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΣΤΗΝ ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΧΟΥΝ ΤΟ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΣΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΩΝ 70,000 ΕΥΡΩ ΓΙΑ ΤΟ 10% Η 7,500 ΓΙΑ ΤΟ 1% ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΠΑΡΑΛΛΗΛΑ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΑΝΑΛΟΓΟΥΝ ΑΠΟΛΥΤΑ ΣΤΟΝ ΑΡΙΘΜΟ ΤΩΝ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΠΟΥ ΕΠΙΘΥΜΟΥΝ ΝΑ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΟΥΝ. Η ΑΠΟΦΑΣΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΠΙΤΡΕΠΟΜΕΝΟ ΑΡΙΘΜΟ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΕΙΝΑΙ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΙΔΡΥΤΗ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΕΚΤΙΜΟΥΜΕΝΗ ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΕΝΕΡΓΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΗ.

Οι ιδρυτικοί μέτοχοι της Ελληνικής Εταιρείας, θα προχωρήσουν αρχικά σε πώληση μειωηφικού μέρους του μεριδιακού Κεφαλαίου.

Η τιμή εταιρικών μεριδίων 10% θα διατίθεται λοιπόν 70,000 ευρώ. Για να δοθεί αυτή η τιμή συμμετοχής πέραν της πληρωμής των μεριδίων θα πρέπει ο επενδυτής να είναι ποιοτικά συμμετέχων σε κάποια έργα ή αντικειμενικούς σκοπούς που θα αφορούν σήμερα και για την δεκαετία 2021_2030 την ανάπτυξη της εταιρείας MONEYLAB ΙΚΕ.

Η συνεισφορά θα αποτελέσει αντικείμενο ειδικής συζήτησης με τον Ιδρυτή του MONEY SHOW

Γ. ΕΙΣΟΔΟΣ ΑΜΕΤΟΧΩΝ ΦΙΛΩΝ Η ΠΕΛΑΤΩΝ ΜΕΣΩ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΙΔΡΥΤΩΝ

ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΜΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ 1,000.000. ΤΙΜΗ 1% ΜΕΡΙΔΙΟΥ 10,000 ΕΥΡΩ

ΥΠΑΡΧΕΙ Η ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΜΕ ΠΕΝΤΑΕΤΗ ΕΞΟΦΛΗΣΗ ΣΕ ΠΕΝΤΕ ΕΤΗΣΙΕΣ ΔΟΣΕΙΣ ΤΩΝ 2,500 ΕΥΡΩ Η ΔΕΚΑ ΕΤΗΣΙΕΣ ΜΕ 1,500 ΕΥΡΩ ΑΝΑ ΕΤΟΣ

Με την υπογραφή λεπτομερούς ιδιωτικού συμφωνητικού με προεγγραφή **προπωλούνται πακέτα μεριδίων επίσης** στους στενότερους πελάτες και φίλους στην τριακονταετή πορεία της διοργάνωσης μας, στην Ελλάδα, Κύπρο αλλά και διεθνώς, έναντι 10,000 ευρώ ανά μερίδιο 1%, σε μη συμμετόχους μεριδιούχους, που αντιστοιχούν στην οριζόμενη τιμή από τους αρχικούς ιδιοκτήτες. Η συγκεκριμένη δυνατότητα αγοράς μεριδίων των σήμερα αμετόχων μετόχων στην καθορισμένη τιμή των 10,000 ευρώ ή ανώτερη εξαρτάται από την ημερομηνία συμμετοχής. Σήμερα η τιμή εμετρητοίς ίναι 10,000 ευρώ για ένα μερίδιο 1%, με πενταετή εξόφληση με ετήσιες δόσεις 12,500 και με δεκαετή εξόφληση 15,000.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΜΕ ΑΤΟΜΙΚΟ ΡΑΝΤΕΒΟΥ ΓΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΗΛΙΑΣ ΦΑΡΑΓΓΙΤΑΚΗΣ +30 6976 435232, org_usa@icloud.com

2. /ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Ιδρύουμε την Κυπριακή εταιρεία και αναλαμβάνουμε την διοίκηση. Σημερινή αρχική συνολική αποτίμηση του 15% τα 50.000 ευρώ για στρατηγικό επενδυτή. Δίνουμε την ευκαιρία της στρατηγικής συμμετοχής σε συνεργάτες και οικοσυστημικούς φίλους.

ΤΡΟΠΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΟ ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΡΙΔΙΩΝ

Επιλέγουμε ως εταιρικό τύπο την ΙΚΕ γιατί είναι ο μοναδικός ευέλικτος εταιρικός τύπος που θεσμοθετεί την συνεισφορά με “εργασία” ή “έργο” ως μορφή κεφαλαίου πράγμα που συμφωνεί απόλυτα πρακτικά, ηθικά και φιλοσοφικά με το εταιρικό μας μοντέλο βιώσιμης ανάπτυξης.

Επίσης αξιοποιούμε και την λογική των νομικών τύπων των εταιρειών που λαμβάνουν υπ όψη τον χρόνο εισροής των κεφαλαίων. Είναι λογικό αυτοί που σήμερα συμμετεχουν να έχουν ιστορικό δικαίωμα προνομιακής συμμετοχής. Δίνουμε δυνατότητα 5τούς ή 10ετούς πληρωμής ώστε η ετήσια έκθεση σε επενδυτικό ρίσκο να μην υπερβαίνει τα 8,000 ή 5,000 ευρώ αντίστοιχα για συμμετοχή με ποσοστό 10%.

Στα μερίδια που διαθέτουμε θα συνυπολογιστεί η υπεραξία που θα έχει ως περιεχόμενο: αφ ενός την χωρίς αμοιβή εργασία του ιδρυτού και Ηλία Φαραγγιτάκη με σύνολο έως 3 ανθρωπομηνών ανα έτος, λόγω των παράλληλων δραστηριοτήτων του, καλύπτονται όμως τα αιτιολογημένα και προεγκεκριμένα από το Δ.Σ. έξοδα κίνησης του, και **αφ ετέρου** την μεταφορά της υπερτριαντακονταετούς τεχνογνωσίας του **Money Show** Η δέσμευση αυτή θεωρούμε ότι αιτιολογεί το 100% της υπεραξίας.

ΕΠΙ ΤΟΥ ΠΡΑΚΤΕΟΥ:

Ο τρόπος που αξιοποιούμε τον χρόνο εισδοχής κεφαλαίων **σήμερα** προβλέπει:

α) για πληρωμή μετρητοίς σήμερα η τιμή του 10% της εταιρείας τα 35,000 ευρώ για πληρωμή μετρητοίς σήμερα η τιμή του 20% της εταιρείας τα 60,000 ευρώ για πληρωμή μετρητοίς σήμερα η τιμή του 30% της εταιρείας τα 80,000 ευρώ για πληρωμή μετρητοίς σήμερα η τιμή του 40% της εταιρείας τα 100,000 ευρώ για πληρωμή μετρητοίς σήμερα η τιμή του 49% της εταιρείας τα 125,000 ευρώ

β) Πληρωμή με 5 ισόποσες ετήσιες δόσεις των 8,000 ευρώ σύνολο 40,000 ευρώ, το 10%.

γ) 10 ετήσιες δόσεις σήμερα πληρωμή 50.000 ευρώ, 10 δόσεις 5,000 ευρώ ανα έτος το 10%.

Το καθαρά τυπικό μεριδιακό κεφάλαιο σύστασης θα είναι 1.000 ευρώ προκειμένου να έχουμε μία αριθμητική μονάδα μέτρησης των μεριδίων που θα διατίθενται σε συμμετόχους μετόχους.

Με την υπογραφή λεπτομερούς ιδιωτικού συμφωνητικού με προεγγραφή **προπωλούνται** για οικοσυστημικούς φίλους με την αρχική συνολική κεφαλαιοποίηση να υπολογίζεται ανάλογα με το ποσό της επένδυσης και το αν πληρώνουν μετρητοίς, με πενταετή ή δεκαετή πρόβλεψη.

**ΠΡΟΣΟΧΗ! ΟΙ ΠΑΡΟΥΣΕΣ ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ
ΟΥΔΕΜΙΑ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΤΟ Χ.Α./Χ.Α.Κ. Η
ΑΛΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ.**

ΑΠΕΥΘΥΝΟΝΤΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΣΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ CLUB ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ ΤΟΥ MONEY SHOW, **MONEYLAB**

Η ΙΔΕΑ “CYPRUS MONEY SHOW”

Η διοργάνωση δεν θα είναι Ελληνικών αλλά Κυπριακών και διεθνών ενδιαφερόντων.

ΣΤΟΧΕΥΣΗ στην ανάγκη της πλήρους εκμετάλλευσης του συγκριτικού πλεονεκτήματος που παρέχει η Κύπρος αφ ενός ως γεωπολιτικό κέντρο και αφ ετέρου ως σημαντικό περιφερειακό οικονομικό κέντρο του χώρου της Νοτιοανατολικής Ευρώπης που αποτελεί και δυνητικό κέντρο επέκτασης στον ευρύτερο γεωγραφικό και οικονομικό χώρο.

B. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

το περιεχόμενο διοργάνωσης από πλευράς σύνθεσης της διοργάνωσης (συνέδρια-δεξιώσεις-έκθεση) οφείλει να ακολουθήσει την πορεία που θα του επιτρέπει να:

- κατακτήσει την σταδιακή αποδοχή από τους εθνικούς πολιτικούς οικονομικούς και κοινωνικούς φορείς της Κύπρου ως του εγκυρότερου βήματος για την προώθηση των επικοινωνιακών τους στρατηγικών
- την χρονική ανάπτυξη της τεχνογνωσίας του σχεδιασμού με τρόπο «αργό» και ισορροπημένο ώστε επικοινωνιακά και εκπαιδευτικά να κατανοηθεί –έστω εν μέρει- ο σχεδιασμός και η κοινωνική σκοπιμότητα της εκδήλωσης για να μπορέσουν να επωφεληθούν οι χορηγοί /stakeholders
- την προστασία από επικίνδυνα ανοίγματα κόστους που θα καθυστερούσαν την υφιστάμενη βιωσιμότητα του λόγω υπερβολικής και άκαιρης στελέχωσης που θα δημιουργούσαν την λανθασμένη εντύπωση ότι τα κέρδη άμεσα και έμμεσα είναι λίγα και η βραχυπρόθεσμη ανταπόκριση της πελατείας μικρότερη από την αναμενόμενη.

Με την έννοια αυτή η διοργάνωση έχει ως μακροπρόθεσμη επιδίωξη την ισοβαρή κατανομή των δραστηριοτήτων του μεταξύ του συνεδριακού και του εκθεσιακού, αλλά τακτικά πρέπει να εξελιχτεί ως εξής:

- το πολυσυνεδριακό αναπτύσσεται γρήγορα και άμεσα αφού έχει –λόγω μετακύλησης της εκθεσιακής της οργάνωσης- μειωμένο κόστος διοικητικής μέριμνας και αυξημένες πιθανότητες εσόδων λόγω χορηγιών αλλά επιτρέπει και να δομηθεί το κύρος και η εικόνα της διοργάνωσης ως παρεμβατικού οργάνου και όχι απλά εμπορικού απλά θεσμού που δεν έχει άλλη επιδίωξη από το κέρδος
- το εκθεσιακό ακολουθεί τον βαθμό ανάπτυξης του συνεδριακού με υστέρηση μία διοργάνωση ώστε να διευκολύνονται οι σχετικές πωλήσεις από την προϋπάρχουσα εκπαίδευση των πιθανών πελατών αλλά και την καλή φήμη που θα ακολουθήσει την διοργάνωση για την δωρεάν παραχώρηση συνεδριακού χώρου στους εθνικούς φορείς.

Γ. Η ΜΟΡΦΗ ΤΗΣ ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

Το Money Show συνδιοργανώνεται αφ ενός από τον ιδρυτή της ORGANOTECNICA LLC κ Ηλία Φαραγγιτάκη, και άλλους εμπλεκόμενους συνεργάτες στην διοργάνωση της Κύπρου, όπως επίσης θεσμικούς συνδιοργανωτές (Κυβερνητικές αρχές, διμερή επιμελητήρια και τα αντίστοιχα Χρηματιστήρια).

Αυτό εννοείται ως εξής:

- a) Επικοινωνία. Το **CYPRUS MONEY SHOW** παρουσιάζεται ως συνδιοργάνωση εταιρικών και θεσμικών φορέων. σε περιπτώσεις που έτσι εξυπηρετούνται τα συμφέροντα της διοργάνωσης η ενός από τους θεσμικούς συνδιοργανωτικούς φορείς, μπορεί κατόπιν κοινής συμφωνίας, να υπερτονίζεται η συνεισφορά ή συμμετοχή του ενός από αυτούς με μορφή πρωτοκαθεδρίας.
- b) Συνεισφορά. Οι συνδιοργανωτές συμμετέχουν ολόψυχα στην διεκπεραίωση του στόχου με το διατεταγμένο ανθρώπινο και υλικοτεχνικό τους δυναμικό, επενδύοντας σε χρήμα, χρόνο και επιρροή βάσει των αναγκών του έργου με «οικογενειακή» και όχι ψυχρή επιχειρηματική λογική και τακτικισμούς. Έντιμα η κάθε πλευρά θα κάνει τα πάντα και θα πιεστεί για να υπάρξει το ανώτατο δυνατό αποτέλεσμα στον μικρότερο δυνατό χρόνο.

Δ. ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΡΓΟΥ ΜΕ ΘΕΣΜΙΚΟΥΣ ΕΤΑΙΡΟΥΣ

οι συνδιοργανωτές παρέχουν την απασχόληση τουλάχιστον 2 ατόμων ο καθένας- και αναλαμβάνουν το έργο στο πλαίσιο της μεταξύ τους συμφωνίας βάσει της κατανομής των απαιτούμενων εργασιών για την ολοκλήρωση του που καταγράφεται ως εξής:

- 1) η στρατηγική προιοιοντική διοίκηση ασκείται από ένα άτομο από κάθε συνεργαζόμενη πλευρά
- 2) η τακτική διοίκηση ασκείται με τις απαραίτητες εξουσιοδοτήσεις από ένα εντεταλμένο αντιπρόσωπο από τις συμμετέχουσες πλευρές και αφορά στην καθημερινή και αποκλειστική απασχόληση σε ετήσια βάση του ειδικού έργου του κάθε φορέα σε σχέση με το έργο.
- 3) η παρουσία των τακτικών συνεργατών δεν σημαίνει την απαλλαγή από τακτικά καθήκοντα και των στρατηγικών προσώπων που καθ όλη την διάρκεια του έργου συμμετέχουν και συνεισφέρουν καθοριστικά και κρίσιμα για το στήσιμο του πολυσυνεδριακού προϊόντος
- 4) στα πέντε πρώτα χρόνια (2021-2025) οι περισσότεροι σημαντικοί συνεργάτες ακόμα και για τα διαδικαστικά έργα δεν είναι οι τακτικοί αλλά οι στρατηγικοί που στην ουσία εκπαιδεύουν και ελέγχουν τους τακτικούς που τους υποστηρίζουν και «γραμματαειικά»
- 5) οι εργασίες κατανέμονται μεταξύ των συμμετεχουσών, ως συνδιοργανωτές, φορέων βάσει των αποφάσεων του τακτικού σχεδιασμού, κάνοντας την ευρύτερη δυνατή χρήση των ειδικών πλεονεκτημάτων του καθενός.

Ε. ΣΕ ΠΡΩΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΑΝΑΦΕΡΟΥΜΕ ΤΑ ΕΡΓΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΙΔΡΥΤΗ ΤΟΥ MONEY SHOW κ ΗΛΙΑ ΦΑΡΑΓΓΙΤΑΚΗ, ΚΑΙ ΘΕΣΜΙΚΩΝ ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΤΩΝ:

- ο πλήρης ανάπτυξη του προαναφερόμενου δυναμικού ώστε να εξασφαλιστεί η σωστή προσαρμογή των άυλων στοιχείων που είναι προαπαιτούμενα για την επιτυχία της εκδήλωσης, δηλαδή εκπαίδευση ώστε από κοινού να μετασχηματίσουν την τεχνογνωσία στην Κύπρο.

- ο δημιουργία των επιστολών του ενημερωτικού υλικού των διαφημίσεων, των προτάσεων συμμετοχής, των πρότυπων κειμένων, των συμβάσεων.
 - ο προσέγγιση όλων των φορέων που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο και τον ευρύτερο χώρο, με στόχο την παρουσία τους με εκδηλώσεις και συμμετοχή των στελεχών και εργαζομένων τους
 - ο χρήση των διεθνών σχέσεων και διασυνδέσεων με στόχο την προσέλκυση διεθνών ομιλητών και συμμετεχόντων
 - ο η συνεισφορά στους κρίσιμους προιοντικούς με τους υπο-προμηθευτές με συμψηφισμούς όπως στα media και άλλα κόστη που θα συμψηφιστούν 100%
 - ο η παροχή πληροφοριών για το ποιοί είναι οι αντίστοιχοι εθνικοί φορείς που αντιπροσωπεύουν την εθνική πολιτική οικονομική και κοινωνική ζωή που πρέπει να διοργανώσουν εκδηλώσεις που θα συγκεντρώσουν την πολιτική, επενδυτική, επιχειρηματική και κοινωνική elite με δίωρες εκδηλώσεις, σεμινάρια και χιλιάδες επισκέπτες.
 - ο η καθοριστική θεσμική τους συνεισφορά στις πωλήσεις ή επί των κερδών των χορηγιών και περιπτέρων.
- το πνεύμα των εταίρων πρέπει να είναι «οικογενειακό» και τα εμπλεκόμενα μέρη να κάνουν τα πάντα για την επιτυχία της εκδήλωσης χωρίς να βάζουν σε προτεραιότητα το δικό τους –στενά εννοούμενο- όφελος.
- όλα τα ανωτέρω έργα απαιτούν την συνεισφορά και των δύο πλευρών και είναι εξαιρετικά κρίσιμη η ειλικρίνεια και εμπιστοσύνη. η χαρά της συνεργασίας και η αμοιβαία βαθιά εκτίμηση και ομαδικότητα που θα επιτρέψει τις συνέργειες

Z. ΚΡΙΣΙΜΕΣ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ

α. βασικές διαπιστώσεις

Η επιτυχία στηρίζεται σε τρεις διαφορές έναντι λοιπών εκδηλώσεων

στον **καινοτομικό χαρακτήρα** του ο οποίος εκφράζεται από τις συνεχείς μεταλλάξεις του.

- οι μεταλλάξεις του αυτές βοηθούν στην ανάπτυξη του προς τη κατεύθυνση της πλήρους κάλυψης των αγορών που έχουν άνηση και ανάπτυξη την συγκεκριμένη χρονική περίοδο.
- στασιμότητα στον σχεδιασμό του θα σήμαινε γρήγορη και σίγουρη απαξίωση ως οχήματος επικοινωνίας και ως διοργάνωσης ενδιαφέρουσας για τους φορείς της αγοράς.
- Συνεπώς η καινοτομική προσέγγιση είναι βασικός παράγοντας της επιτυχίας.

Η ευελιξία κατά την υλοποίηση του σχεδιασμού.

- η ευελιξία αυτή υπαγορεύεται από τον καινοτομικό χαρακτήρα του και είναι προαπαιτούμενη αφού οι κινήσεις προσαρμογής στην αγορά πρέπει να έχουν την ίδια ταχύτητα με τις αλλαγές της αγοράς που τις καθιστούν απαραίτητες.

Η μεσοπρόθεσμη διαχειριστική αντιμετώπιση, ιδιαίτερα ως προς τις επιδιώξεις της κερδοφορίας.

Επειδή το προϊόν είναι καθαρά επικοινωνιακό απαιτείται κάποιος χρόνος προσαρμογής της πελατείας του και κατανόησης εκ μέρους της των ιδιαιτεροτήτων της σημασίας και των ωφελημάτων του.

Η. ΒΑΣΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ:

Βασει των ανωτέρω, ο βασικός σχεδιασμός εκτιμάται ότι πρέπει να έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- η διοργάνωση στηρίζεται στην καθορισμένη ποσοστιαία ισότιμη συνεργασία των συμμετεχουσών εταιρειών η έναντι αντίστοιχων ποσοστών πώλησης θεσμικών μερών (διμερή επιμελητήρια).
- η ισοτιμία αυτή σε αδρές γραμμές σχηματοποιείται με την συμμετοχή αμοφτέρων με το πλήρες εύρος των ειδικών τους πλεονεκτημάτων υποδομής, εμπειρίας και φήμης στην αγορά χωρίς κάποια μονοδιάστατης λογιστικής μόνο μορφής αποτίμησης της κάθε πλευράς που θα ήταν ούτως η άλλως αδύνατη και αντιεπισημονική.
- η συνεργασία πρέπει να έχει δεκαετή τουλάχιστον διάρκεια ώστε ο προγραμματισμός να είναι στρατηγικός και όχι τακτικός
- η συνεργασία σε σχεδιαστικό επίπεδο θα στηριχτεί σε από κοινού λαμβανόμενες αποφάσεις σε ανώτατο επίπεδο με veto όμως –σε περίπτωση διαφωνιών-του ιδρυτή του Money Show.

Το κοινό συμβούλιο θα πρέπει να αποφασίζει...

- a) την μορφή, το βασικό σκεπτικό της πρώτης κοινής εκδήλωσης και τις προβλεπόμενες μεταλλάξεις των επομένων.
- b) η πρώτη εκδήλωση πρέπει να στηριχτεί σε πιλοτική εκδήλωση εξαιρετικά υψηλού επιπέδου με την κλασσική μορφή του πολυσυνεδρίου με συγκεκριμένο μικρό αριθμό περιπτέρων.
- c) την προβολή της πρώτης εκδήλωσης εθνικά και διεθνώς και τα είδη των κοινών που θα επιλεχθούν
- d) η συνεργασία σε λειτουργικό επίπεδο πρέπει να στηριχτεί στην άντληση από έκαστο των συνδιοργανωτών των ειδικών του εμπειριών και πλεονεκτημάτων.
- e) σε κάθε περίπτωση πρέπει να διασφαλιστεί η ευελιξία και γρήγορη λειτουργία, η λήψη αποφάσεων του κοινού σχήματος καθώς και η επαρκής στελέχωση του σε σχέση με την προβλεπόμενη ανάλυση εργασιών
- f) η κερδοφορία της πρώτης περιόδου δεν πρέπει να αποτελεί αυτοσκοπό της συνεργασίας.

g) αντίθετα θα επιδιωχθεί η ανάπτυξη της διοργάνωσης και η διασφάλιση των μηχανισμών μετεξέλιξης της σε κεντρικό όχημα προβολής και παρεμβάσεων της αγοράς χρήματος/επενδύσεων της ευρύτερης περιοχής που θα δημιουργήσει μεσοπρόθεσμα τις υπεραποδόσεις.

Θ. ΜΝΗΜΟΝΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ:

Ο σχεδιασμός του προϊόντος.

1. Τι είναι το “CYPRUS MONEY SHOW”

Το “**MONEY SHOW**” είναι ένας συνδυασμός διήμερων Συνεδρίων και Έκθεσης, που απευθύνονται στην ευρύτερη Αγορά Χρήματος/Επενδύσεων. Πυρήνας των εκδηλώσεων είναι τα Συνέδρια, τα οποία με τη θεματολογία, το κύρος, και τους σημαντικούς ομιλητές τους προσελκύουν το επιζητούμενο ειδικό κοινό.

Το κοινό αυτό χαρακτηρίζεται από το υψηλό κοινωνικό και οικονομικό του επίπεδο καθώς και από το ειδικό και έντονο ενδιαφέρον για τη θεματολογία των Συνεδρίων. Η παρουσία του κοινού αυτού “πωλείται” στους χορηγούς και τους εκθέτες, οι οποίοι αποτελούν τον ουσιαστικό χρηματοδότη των εκδηλώσεων.

2. Εμπορική και επιστημονική ανάλυση

Με δεδομένο ότι τα κόστη ξεκινούν γενικά από ένα ελάχιστο βασικό κόστος και ανεβαίνουν ανάλογα με το βαθμό ανατίμησης των βασικών παροχών, η εμπορική του επιτυχία συναρτάται από τη δυνατότητα του διοργανωτή να αντλήσει όσο γίνεται περισσότερα έσοδα από τους χορηγούς και εκθέτες των εκδηλώσεων.

Συνεπώς, η εμπορική επιτυχία του εξαρτάται από την ικανότητα του διοργανωτή να προσαρμόσει τα συστατικά στοιχεία των εκδηλώσεων κατά τρόπο ώστε αυτά να γίνουν ιδιαίτερα θελκτικά προς τους χρηματοδότες του. Εννοείται ότι ο βασικός χαρακτήρας των εκδηλώσεων δεν πρέπει να υποστεί, κατά την προσαρμογή αυτή, εμφανείς αλλαγές διότι στην αντίθετη περίπτωση θα υπήρχε κίνδυνος δημιουργίας ασυνέχειας μεταξύ της συγκεκριμένης εκδήλωσης και των προηγούμενων με αποτέλεσμα την απώλεια των ωφελειών από τη χρήση του διακριτικού τίτλου “CYPRUS MONEY SHOW”. Οι αλλαγές και προσαρμογές στις οποίες αναφερόμαστε αφορούν σε δευτερεύοντα στοιχεία των εκδηλώσεων και ιδιαίτερα σε στοιχεία που αναφέρονται στους τρόπους προβολής χορηγών και εκθετών στα πλαίσια των εκδηλώσεων.

Η γενικότερη λοιπόν εμπορική επιτυχία του στηρίζεται στην καλή εφαρμογή των παρακάτω βημάτων:

α. Στην πρώτη φάση (Γενικός Σχεδιασμός) προσδιορίζεται το κεντρικό σχήμα λειτουργίας, ώστε να διατηρείται ο χαρακτήρας της εκδήλωσης όπως θα τον μάθει η αγορά και εξασφαλιστούν καταρχήν τα συνεργιστικά οφέλη από τη χρήση του συγκεκριμένου διακριτικού τίτλου (“MONEY SHOW”), που πρέπει να αποκτήσει σημαντικό κύρος. Το κεντρικό αυτό σχήμα αφορά στα συστατικά μέρη των εκδηλώσεων (συνέδρια, εκθεσιακό μέρος, παράλληλες εκδηλώσεις) και το επίπεδο των υπηρεσιών (διευκολύνσεις προς συνέδρους, χορηγούς, εκθέτες, επισκέπτες) και προβλέπει την εξέλιξη της σχέσης μεταξύ των ανωτέρω με οπτικό ορίζοντα τριετίας.

Τα συμπεράσματα και οι αποφάσεις της πρώτης φάσης του σχεδιασμού απαντούν στις εξής ερωτήσεις:

- Ποιό είναι το κεντρικό θέμα του ώστε αυτό να διαχωρίζεται από τις υπάρχουσες ανταγωνιστικές διοργανώσεις και παράλληλα να εξασφαλίζει ένα σημαντικό κοινό με ειδικό ενδιαφέρον συμμετοχής.
- Πως αυτό το θέμα προκύπτει από τη γενική θεματολογία των Συνεδρίων, ως αντικείμενο του Κεντρικού Συνεδρίου ως συνδυασμός θεμάτων-τομέων των Παράλληλων Συνεδρίων.
- Ποιό είναι το επίπεδο "εκπαίδευσης" του κοινού-στόχου σε σχέση με την ανάγκη προπαγάνδησης της σκοπιμότητας συμμετοχής-παρουσίας..
- Ποιές άλλες παράλληλες εκδηλώσεις ή υπηρεσίες θα πρέπει να προβλεφτούν για να υποστηρίξουν τη θελκτικότητα των εκδηλώσεων για το γενικό κοινό-στόχο.
- Πως τα ανωτέρω θα εξελιχθούν με χρονικό ορίζοντα δεκαετίας (εξέλιξη της "εκπαίδευσης" του κοινού, απαιτήσεις αναβάθμισης των εκδηλώσεων ώστε να προηγούνται πάντοτε του ανταγωνισμού, κλπ.)

β. Στη δεύτερη φάση (Ειδικός Σχεδιασμός), και αφού έχουν πλέον καθοριστεί τα κεντρικά χαρακτηριστικά της εκδήλωσης σύμφωνα με τα ανωτέρω, προσδιορίζονται οι καθαρά εμπορικές προσαρμογές που θα απαιτηθούν ώστε να γίνει κερδοφόρο. Στη φάση αυτή, που εξειδικεύει με εμπορικό σκεπτικό τα συνεδριακά και εκθεσιακά θέματα, μελετάται η πιθανή "πελατεία" του (χορηγοί και εκθέτες) και καθορίζονται οι προσαρμογές που πρέπει να υποστεί το προηγούμενο σχήμα, ώστε η συνολική εκδήλωση να μεγιστοποιήσει τη θελκτικότητά της για τους χρηματοδότες.

Τα συμπεράσματα και οι αποφάσεις της δεύτερης φάσης του σχεδιασμού απαντούν στις εξής ερωτήσεις:

- Ποιοί είναι οι πιθανοί χρηματοδότες του (χορηγοί, εκθέτες, διαφημιζόμενοι). Ποιά είναι η γενική τους νοοτροπία, ποιές οι προτεραιότητές τους από πλευράς μάρκετινγκ και επικοινωνίας, τι μορφής προβολή επιθυμούν και πόσα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν γι' αυτήν.
- Τι προσαρμογές πρέπει να γίνουν ώστε να μπορούμε να παράσχουμε τις κερδοφόρες εκείνες διευκολύνσεις που θέλγουν συγκεκριμένες ομάδες πελατών. Πόσο κοστίζουν οι προσαρμογές αυτές και πως μπορούν να αντληθούν με το μικρότερο δυνατό κόστος ή τη μικρότερη δυνατή επιβάρυνση από πλευράς ταμειακών ροών.
- Ποια είναι τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των διοργανωτών σε σχέση με την προσέγγιση κάθε ξεχωριστής ομάδας πελατών. Ποια είναι η προσδοκώμενη-δυνατή εισροή από κάθε ομάδα πελατών και ποιες είναι οι απαιτήσεις χρόνου και μεθόδων ενασχόλησης με κάθε ομάδα πελατών. Ποιες πρέπει να είναι οι προτεραιότητες κατανομής των πόρων (ανθρώπινων και υλικών) μάρκετινγκ των διοργανωτών σε κάθε ομάδα πελατών.
- Ποιες επιπλέον ρυθμίσεις πρέπει να γίνουν ώστε, πέραν της εμπορικής επιτυχίας, να διατηρεί και την επιστημονική του αξία και να διαφυλάσσει μεσοπρόθεσμα το μονοπώλιο ή έστω την επιστημονική ανταγωνιστικότητά του.

γ. Στην τρίτη φάση (Εμπορική Προώθηση) υλοποιείται ο Ειδικός Σχεδιασμός, με τη διενέργεια επαφών με τους υποψήφιους πελάτες των ομάδων που έχουν καθοριστεί στη β' φάση. Η φάση αυτή, που είναι συνήθως η δυσκολότερη, πρέπει να υλοποιηθεί από στελέχη κατεξοχήν ευέλικτα και με ευρείες δυνατότητες λήψεως αποφάσεων, αφού από αυτά απαιτείται:

- Η προσέγγιση των πραγματικών (και όχι των θεωρητικών της β' φάσης) προτεραιοτήτων μάρκετινγκ και επικοινωνίας κάθε υποψήφιου πελάτη.

- Η διαμόρφωση των προτεινομένων παροχών κατά τρόπο ο οποίος να μεγιστοποιεί τα οφέλη που αντιλαμβάνεται ο πελάτης με την προσθήκη, αν αυτό απαιτηθεί, και νέων ρυθμίσεων ή νέων μερών. Εννοείται ότι τα στελέχη αυτά πρέπει να είναι σε θέση να κρίνουν γρήγορα τη σκοπιμότητα παροχής αυτών των επιπλέον ρυθμίσεων, να τις σχεδιάσουν κατά τρόπο που ελαχιστοποιεί το κόστος τους, ενώ παράλληλα να μεριμνούν ώστε η κεντρική μορφή του να μην ξεφεύγει από το βασικό σχεδιασμό. Επίσης πρέπει οποιαδήποτε νέα παροχή να διοχετεύεται γρήγορα για "πώληση" και σε άλλους πιθανούς χρήστες της.

- Η αντίστοιχη διαπραγμάτευση των επιπλέον παροχών με τους προμηθευτές τους και η εξάντληση όλων των δυνατοτήτων προς τη δυνητική πελατεία.

- Ο καταμερισμός του (περιορισμένου) χρόνου και των προσπάθειών τους, κατά τρόπο ώστε να μεγιστοποιείται η καθαρή πρόσδοδος της διοργάνωσης.

Η εμπορική όμως επιτυχία της διοργάνωσης, αν και αποτελεί τη σημαντικότερη πλευρά των προσπαθειών των εμπλεκόμενων σ' αυτήν, δεν (πρέπει να) εξαντλεί τις προτεραιότητες των διοργανωτών.

Σημαντική είναι και η επιστημονική ή η γενικότερη παρεμβατική δυνατότητα που παρέχει στα πλαίσια της ανάπτυξης και εξέλιξης της αγοράς. Παρά λοιπόν τη "μονόδρομη" επιδίωξη της επιχειρηματικής επιτυχίας της διοργάνωσης, μακροπρόθεσμα και επί της ουσίας είναι απαραίτητο να ληφθεί ειδική μέριμνα ώστε η μορφή και το περιεχόμενο των εκδηλώσεων να εξυπηρετούν και ευρύτερους των οικονομικών στόχους όπως παραδείγματος χάριν (και όχι περιοριστικά):

- Την ουσιαστική προβολή επενδυτικών δυνατοτήτων και την προσέλκυση επενδυτών.

- Την ανάδειξη της δυναμικότητας και των δυνατοτήτων-εργαλείων της αγοράς.

- Την προσέλκυση ξένου ενδιαφέροντος για τις προοπτικές των επενδυτικών ευκαιριών.

- Την ευρύτερη δυνατή προώθηση των συμφερόντων των διαφόρων τομέων της αγοράς μέσω επαφών με παράγοντες-κλειδιά και προπαγάνδισης των θέσεών τους. κλπ.

Εννοείται βέβαια ότι, αν οι προθέσεις αυτές ειπωθούν σωστά, υπάρχει η σαφής δυνατότητα λειτουργίας των επιστημονικών επιδιώξεων κατά τρόπο ώστε να υποστηρίζουν (και όχι να αντιστρατεύονται) τις επιχειρηματικές επιδιώξεις. Πιο συγκεκριμένα, οι ευρύτερες εθνικές και μη-κερδοσκοπικές επιδιώξεις εμπεριέχουν το δυναμικό να λειτουργήσουν καταλυτικά στην αποδοχή της αξίας της διοργάνωσης από το ευρύτερο κοινό και (ιδιαίτερα σημαντικό) από την πελατεία και τους χρηματοδότες των εκδηλώσεων, κατεξοχήν δε από τους χορηγούς. Αντίστοιχα, η εμπορική επιτυχία της διοργάνωσης θα παράσχει τη δυνατότητα χρηματοδότησης των (μη άμεσα επωφελών) επιστημονικοτραφών ρυθμίσεων, και θα αυξήσει τις δυνατότητες διασποράς των επιστημονικά θετικών αποτελεσμάτων του. Συνεπώς η εμπορική και η επιστημονική προσέγγιση του MONEY SHOW μπορούν να λειτουργήσουν κατά τρόπο συμπληρωματικό και ουσιαστικά αλληλοϋποστηρικτικό.

ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

- Η οικονομική επιτυχία κάθε διοργάνωσης εξαρτάται κατά κύριο λόγο από την απαρέγκλιτη εφαρμογή της μεθοδολογίας των τριών φάσεων που αναπτύχθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο. Ο γραφειοκρατικός προσδιορισμός της μορφής του κατά τρόπο εξαρχής οριστικό και ανεπίδεκτο προσαρμογών αποτρέπει τη μεγιστοποίηση των ωφελειών του και δημιουργεί προϊόν εύκολα αντιγράψιμο από τον ανταγωνισμό.
- Η ευελιξία στο σχεδιασμό της τελικής μορφής του, που επιτρέπει την προσαρμογή του στις ανάγκες των χορηγών και εκθετών, επιτρέπει, πέραν της μεγιστοποίησης των προσόδων, και τη διατήρησή του από πλευράς θεματολογίας στην αιχμή της επικαιρότητας. Αυτό συμβαίνει διότι η ανάγκη προσεταιρισμού της πελατείας υποχρεώνει τους διοργανωτές να προσαρμόσουν τη θεματολογία των παράλληλων εκδηλώσεων ώστε να ικανοποιεί τις τρέχουσες και τις προβλεπόμενες ανάγκες της αγοράς. Η συνεχής αυτή διαδικασία επικαιροποιεί την εκδήλωση πολύ αποτελεσματικότερα από όσο μπορεί να το πράξει οποιαδήποτε επιστημονική επιτροπή σχεδιασμού.
- Κάθε μέρος της πελατείας (χορηγοί, εκθέτες, επισκέπτες, διαφημιζόμενοι) έχει τους δικούς του ρυθμούς εμπέδωσης των ωφελειών που μπορεί να αντλήσει από τα διάφορα συστατικά μέρη του (συνέδρια, έκθεση, παράλληλες εκδηλώσεις). Η προώθηση της διοργάνωσης και ο σχεδιασμός της πρέπει να λαμβάνει υπόψη αυτούς τους ρυθμούς εμπέδωσης ώστε να μην σπαταλώνται άσκοπα πόροι και η αναβάθμιση του προϊόντος να μην είναι βιαστική.
- Μέσα στα προηγούμενα πλαίσια, είναι φανερό στους διοργανωτές ότι το Εκθεσιακό μέρος δεν μπορεί να φτάσει στο ζενίθ του πριν από την τρίτη διοργάνωση, είτε γιατί δεν υπάρχει έγκυρο παρελθόν για την υποστήριξη της προώθησης, είτε γιατί οι εκθέτες δεν γνωρίζουν την ακριβή φύση της διοργάνωσης και τον τρόπο αξιοποίησης του κοινού. Η συμμετοχή τους στις πρώτες διοργανώσεις έχει πολλές φορές την ιδιότητα της "μαθητείας".
- Αντίθετα, στις πρώτες διοργανώσεις υπερτονίζεται ο "επιστημονικός" και κοινωφελής χαρακτήρας της διοργάνωσης, ο οποίος και μπορεί να τραβήξει αποτελεσματικότερα το "απαίδευτο" κοινό, που ενδιαφέρει και τους χορηγούς-κύριους χρηματοδότες.

Στόχοι του “CYPRUS MONEY SHOW”:

- η προώθηση και προπαγάνδισή των νέων προοπτικών που δημιουργούνται από τα εντόπια δημόσια έργα υποδομής και τις μεταλλασσόμενες συνθήκες των διακρατικών σχέσεων μεταξύ της Κύπρου και των γειτόνων της.
- η δημιουργία ενός θεσμού ευέλικτου, και υψηλής προβολής για τον συνδιοργανωτή, με τρόπο που θα υπερβαίνει τις δυνατότητες του ανταγωνισμού και θα επιτρέπει στα στελέχη του συνδιοργανωτή να γίνουν κοινωνοί της σχετικής τεχνογνωσίας.

I. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

1η φάση - Σχεδιασμός και Προετοιμασία

Το έργο θα αρχίσει αφού οι διοικήσεις των συμμετεχουσών θεσμικών φορέων εγκρίνουν τη συνεργασία, τον τρόπο λειτουργίας του έργου (λειτουργία επιτροπών, διοίκηση έργου, αρμοδιότητες και ευθύνες εταίρων), το χρονοδιάγραμμα. Μετά την έγκριση του έργου από τα ΔΣ και την υπογραφή συμπληρωματικής αναλυτικής σύμβασης, θα ξεκινήσει ο σχεδιασμός και η προετοιμασία της διοργάνωσης.

Αυτά τα έργα περιλαμβάνουν:

- α. Τη δημιουργία μιας Επιτροπής Έργου με τη συμμετοχή εκπροσώπων από κάθε μέρος, με αρμοδιότητα ολοκλήρωσης του Γενικού και Ειδικού Σχεδιασμού σύμφωνα με τις διατυπωθείσες κατευθύνσεις της πρότασης συνεργασίας.
- β. Η Επιτροπή αυτή πρέπει να ολοκληρώσει το έργο της μέχρι τιςοπότε και θα ενημερώσει τη διοίκηση των συνδιοργάνων για την πρόοδο της εργασίας και την τελική κατανομή του εγκριθέντος έργου.
- γ. Η Επιτροπή θα ολοκληρώσει και το τελικό χρονοδιάγραμμα των εργασιών προετοιμασίας της διοργάνωσης, καθώς και το περιεχόμενο των εργασιών προβολής και μάρκετινγκ της διοργάνωσης, σύμφωνα με τις ήδη υπάρχουσες εκατέρωθεν δεσμεύσεις.
- δ. Η Επιτροπή θα αναθέσει τις εργασίες της πρώτης φάσης που αφορούν στην προετοιμασία του έντυπου υλικού και θα συνεννοηθεί με τους φορείς που θα το διακινήσουν, σύμφωνα με το πρόγραμμα προβολής.

2η φάση - Πωλήσεις και Εξειδίκευση Διοργάνωσης

Στα πλαίσια του Ειδικού Σχεδιασμού, η Επιτροπή Έργου θα κατανείμει μεταξύ του διατιθέμενου δυναμικού (διοικήσεως και στελεχών) των φορέων τις εργασίες διαπραγμάτευσης των χορηγιών, πώλησης χώρου και διαφημίσεων και διεκπεραίωσης των λεπτομερειών διοργάνωσης των συνεδρίων (ομιλητές, σύνεδροι κλπ.).

Οι εργασίες αυτές θα ξεκινήσουν στις αρχές και η πρόοδος τους θα αναφέρεται στις διοικήσεις των δύο φορέων στο τέλος κάθε μήνα.

Τα κριτήρια για την κατανομή των εργασιών θα βασίζονται κατ' αποκλειστικότητα στα συγκριτικά πλεονεκτήματα κάθε φορέα και οι σχετικές επιλογές θα υπόκεινται στην αποκλειστική έγκριση της Επιτροπής Έργου. Οι δυο φορείς δεσμεύονται ότι οι εκπρόσωποί τους στην Επιτροπή Έργου δεν θα αλλάξουν, ώστε κατά τους τελευταίους δύο κρίσιμους μήνες να διατηρείται η συνέχεια και συνέπεια της πολιτικής και των αποφάσεων.

Η δεύτερη φάση των εργασιών θα και περιλαμβάνει τις εξής ειδικές φάσεις:

- α. Γενική προώθηση. Αρχικές επαφές με υποψήφιους μεγάλους χορηγούς και επαγγελματικούς φορείς της ευρύτερης περιοχής . Αναλυτικές επαφές με φορείς του εξωτερικού. Επαφές με κεντρικούς φορείς.
- β. Αναλυτικές επαφές με τους επαγγελματικούς φορείς, και εμπλοκή τους στην εξειδίκευση του σχεδιασμού των εκδηλώσεων του ειδικού ενδιαφέροντός τους. Επαφές με τον Εθνικό και διεθνή τύπο και τα ΜΜΕ. Αναλυτικές επαφές με τους υποψήφιους χορηγούς. Γενικές επαφές με τις κατηγορίες εκθετών που θα ενδιαφέρουν το Εκθεσιακό μέρος της διοργάνωσης. Οριστικοποίηση των συνεδρίων και αναλυτικές επαφές με τους υποψήφιους ομιλητές.
- γ. Εκκίνηση της διαφημιστικής εκστρατείας και οριστικοποίηση των συμφωνιών με τον Τύπο και τα ΜΜΕ. Οριστικοποίηση των συμφωνιών χορηγίας. Οριστικοποίηση των συμμετοχών ομιλητών και του τρόπου συμμετοχής/προβολής των φορέων της αγοράς επενδύσεων. Οριστικοποίηση των δεδομένων παρουσιών από το εξωτερικό. Οριστικοποίηση των συμμετοχών των εκθετών.

Οριστικοποίηση των παράλληλων εκδηλώσεων που θα προκύψουν ως ανάγκη είτε αναβάθμισης της διοργάνωσης είτε βελτίωσης των παροχών προς χορηγούς. Οριστικοποίηση των συμφωνιών ανταλλαγής υπηρεσιών με τρίτους φορείς.

3η Τρίτη Φάση εργασιών - Υλοποίηση

Η υλοποίηση των εξειδικευμένων αποφάσεων της δεύτερης φάσης θα επιβλεφθεί από την Επιτροπή Έργου κατά τον τελευταίο μήνα της εκδήλωσης. Τα μέλη της Επιτροπής θα αναλάβουν το συντονισμό του φορέα που το καθένα εκπροσωπεί, έχοντας τη σχετική εξουσία από τους φορείς τους. Η υλοποίηση των έργων των συνεργαζομένων φορέων και η επίβλεψή τους (ιδιαίτερα αυτών που παρέχουν υπηρεσίες κατ' αντιπαροχή) θα γίνεται από ένα μέλος της Επιτροπής (το πλέον αρμόδιο) σύμφωνα με ομόφωνη απόφασή της. Μετά το πέρας της διοργάνωσης και τη συγκέντρωση των τελικών στοιχείων, η Επιτροπή θα συντάξει την τελική της Έκθεση της οποίας θα υποβάλλει σε Επιτροπή Ελέγχου. Η Επιτροπή Ελέγχου θα είναι διμελής (ένα μέλος από κάθε φορέα) και θα υποβάλλει το πόρισμά της στα ΔΣ των δύο φορέων για τελική έγκριση και απαλλαγή των μελών της Επιτροπής Έργου.

3. ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΤΟ DISRUPTION & FUTURISM SHOW:

NEW YORK-TORONTO-SYDNEY-ZURICH-HONG KONG. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΗΝ ORGANOTECNICA LLC 25% \$500.000

Με την συνεργασία διμερών επιμελητηρίων προβάλλουμε με στοχευμένες δράσεις επικοινωνίας “**Global Disruptors-Futurists**”. Εστιάζομαστε στην μετα-προβολή όσων κέρδισαν βραβεία σε διοργανώσεις του FORBES, MIT TECHNOLOGY REVIEW, FORTUNE και λοιπών φορέων διεθνούς κύρους. Σημερινή αρχική συνολική αποτίμηση του 10% τα \$150.000.

ΤΡΟΠΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΟ ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΡΙΔΙΩΝ

Επιλέγουμε ως εταιρικό τύπο την LLC γιατί μας ενδιαφέρει ένας περιορισμένος και επιλεγμένος αριθμός συμμετόχων εταιρών με μίνιμουμ οικονομική συνεισφορά τα 20,000 ευρώ για το 1%.

Αξιοποιούμε και την λογική των νομικών τύπων των εταιρειών που λαμβάνουν υπ όψη τον χρόνο εισροής των κεφαλαίων. Είναι λογικό αυτοί που σήμερα συμμετεχουν να έχουν ιστορικό δικαίωμα προνομιακής συμμετοχής. Δίνουμε δυνατότητα 5ετούς ή 10ετούς ισόποσης πληρωμής ώστε η ετήσια έκθεση σε επενδυτικό ρίσκο να μην υπερβαίνει τα 5,000 ή 3,000 ευρώ αντίστοιχα γιατί η τιμή των 20,000 μετατρέπεται σε 25,000 για πενταετή και 30,000 για δεκαετή εξόφληση.

Στα μερίδια που διαθέτουμε θα συνυπολογιστεί η υπεραξία που θα έχει ως περιεχόμενο:

αφ ενός την χωρίς αμοιβή ισόβια εργασία του ιδρυτού του Ηλία Φαραγγιτάκη με σύνολο έως 6 ανθρωπομηνών ανα έτος, καλύπτονται όμως τα αιτιολογημένα και προεγκεκριμένα απο το Δ.Σ. έξοδα κίνησής του, και

αφ ετέρου την μεταφορά της υπερτριαντακονταετούς τεχνογνωσίας του **Money Show**. Η δέσμευση αυτή θεωρούν τα συμβαλλόμενα μέρη ότι αιτιολογεί το 100% υπεραξίας.

ΕΠΙ ΤΟΥ ΠΡΑΚΤΕΟΥ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΜΕ ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ 1%:

Ο τρόπος που αξιοποιούμε τον χρόνο εισδοχής κεφαλαίων σήμερα προβλέπει:

α) Για πληρωμή μετρητοίς σήμερα η τιμή του 1% της εταιρείας τα 20,000 ευρώ

β) Πληρωμή η τιμή του 1% με 5 ισόποσες ετήσιες δόσεις των 5,000 σύνολο 25,000 ευρώ

γ) Πληρωμή η τιμή του 1% με 10 ισόποσες ετήσιες δόσεις των 3.000 σύνολο 30,000 ευρώ.

ΓΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥΣ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΠΟΥ ΘΑ ΣΥΝΕΙΣΦΕΡΟΥΝ ΜΕ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΑΝΩ ΤΩΝ 150,000 ΕΥΡΩ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΥΦΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑ ΔΙΔΕΤΑΙ Η ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΟΣΟΣΤΩΝ ΣΕ ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΕΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΜΑΣ ΑΝ ΤΟ ΑΘΡΟΙΣΜΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΥΝ ΤΟ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΥΠΕΡΒΑΙΝΟΥΝ ΤΑ 300,000 ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ 150,000 ΣΕ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Με την υπογραφή λεπτομερούς ιδιωτικού συμφωνητικού **πωλούνται** για οικοσυστημικούς φίλους με την αρχική συνολική κεφαλαιοποίηση να υπολογίζεται στο 2,000,000, 2,500,000 έως 3,000,000 ευρώ ανάλογα με το αν πληρώνουν μετρητοίς, με πενταετή ή δεκαετή πρόβλεψη.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ:

+30 6976 435232, org_usa@icloud.com

ΕΠΕΝΔΥΣΗ 51% ΓΙΑ ΤΑ DISRUPTION & FUTURISM FORA

Με την συνεργασία διμερών επιμελητηρίων προβάλλουμε με στοχευμένες δράσεις επικοινωνίας “Global Disruptors-Futurists”. Εστιαζόμαστε στην μετα- προβολή όσων κέρδισαν βραβεία σε διοργανώσεις του FORBES, MIT TECHNOLOGY REVIEW, FORTUNE και φορέων έρευνας για DISRUPTORS διεθνούς κύρους όπως “CB INSIGHTS και VENTURE SCANNER”.

Θα υπάρξουν και προτάσεις πώλησης σημαντικών μεριδίων σε στρατηγικούς επενδυτές με 200,000 σε κεφάλαιο και εργασία ανά διοργάνωση σε: 1. NEW YORK, 2. TORONTO, 3. ZURICH, 4. INDIA, 5. CHINA, 6. AUSTRALIA, 7. AFRICA με στόχο την εξειδίκευση του ρίσκου.

Δεν θα ισχυριστούμε ότι αυτό που επιχειρεί η ORGANOTECNICA LLC δεν γίνεται ήδη και μάλιστα με πολλούς και αποτελεσματικούς τρόπους, αλλά θεωρούμε ότι αν υπάρξει μία σοβαρή, επίμονη και συνεπής μακροπρόθεσμη προσπάθεια προς εκείνους που αδίκως απορρίπτονται σε δεύτερο ή τρίτο γύρο χρηματοδότησης από τις υφιστάμενες διαδικασίες δικτύωσης και παράλληλα εξασφαλίζεται η παρουσία των ισχυρών παικτών και ας μην έχουμε οικονομικό άμεσο όφελος θα μπορούσαμε να δημιουργήσουμε ένα αρχικό μικρό μερίδιο αγοράς που σταδιακά (**BEYOND 2031**) θα γίνει εκθετικό.

Στον έμμεσο ανταγωνισμό υπάρχουν εκδηλώσεις που οργανώνουν κοινότητες οικοσυστημάτων START UPS ανα τον κόσμο τοπικά, περιφερειακά, εθνικά και παγκόσμια. Αυτή είναι μία εξαιρετική πηγή για αλληλογνωριμία των καινοτόμων εταιρειών και των εταιρειών επιχειρηματικών κεφαλαίων. Τέλος οι ίδιες οι εταιρείες επενδυτικών κεφαλαίων διαθέτουν εξωτερικούς συνεργάτες με αποκλειστικά συμβόλαια που περιφέρονται από εκδήλωση σε εκδήλωση που διερευνούν σε real time το τοπίο...

Σήμερα η δικτύωση γίνεται κυρίως με φανερές ή κρυφές ιδιόκτητες πλατφόρμες εταιρειών επιχειρηματικών κεφαλαίων πράγμα που αποτελεί ένα έμμεσο ανταγωνιστή. Γίνεται επίσης με πλατφόρμες κυβερνητικών οργανισμών που συχνά συνδέονται με τραπεζικούς οργανισμούς ή ιδρύματα από εμβληματικές μορφές του χώρου που θέλουν προσωπικούς μηχανισμούς αξιολόγησης.

Αυτό που δεν υπάρχει σήμερα, με βάση την έρευνα της ORGANOTECNICA LLC είναι μία καθαρά **υβριδική ανεξάρτητη και διαφανών σκοπιμοτήτων πλατφόρμα** που δεν θα εξαντλείται στην προώθηση συγκεκριμένων εταιρικών οικοσυστημάτων. Υπάρχει κατακερματισμός σε εταιρικά οικοσυστήματα που πάντα έχουν την δική τους ατζέντα.

Περιφερειακές υβριδικές πλατφόρμες υπάρχουν οι οποίες είναι αποτελεσματικές μόνο στο φυσικό επίπεδο ενώ το ψηφιακό λειτουργεί ως μία βάση δεδομένων δεύτερης ποιότητας σε σχέση με τις πλατφόρμες των διεθνών εταιρειών έρευνας όπως οι CB INSIGHTS και το VENTURE SCANNER.

Σήμερα οι ιδιόκτητες ψηφιακές πλατφόρμες εταιρειών επιχειρηματικών κεφαλαίων δέχονται αιτήματα αξιολόγησης και η διαδικασία ξεκινά αφού υποβληθούν κάποιες αρχικές πληροφορίες τεχνολογικού, προιοντικού, οικονομικού και επιχειρηματικού χαρακτήρα. Τα πρώτα στοιχεία κρίνουν το αν θα γίνει ένα ραντεβού για διερεύνηση της πιθανότητας χρηματοδότησης.

Θα δημιουργηθεί μια ψηφιακή πλατφόρμα της ORGANOTECNICA LLC συνάντησης των start ups και venture capitals με στόχο την μεταξύ τους σχέση χρηματοδότησης. Κατά τακτά χρονικά διαστήματα θα υπάρξουν και live συναντήσεις σε κάθε ήπειρο σε σημαντικά οικονομικά κέντρα.

Η ORGANOTECNICA LLC. σχεδιάζει την δημιουργία μίας υβριδικής (ψηφιακής και φυσικής) πλατφόρμας με περιφερειακή τμηματοποίηση που θα δικτυώνει διαδραστικά και ψηφιακά την διεθνή επιχειρηματική κοινότητα των νεοφυών επιχειρήσεων και των διεθνών εταιρειών επιχειρηματικού κεφαλαίου σε κάθε ήπειρο με καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα.

Για να γίνει κατανοητή η επιχειρηματική προσέγγιση της συγκεκριμένης επιχειρησιακής μονάδας και να υπάρξει μία κοινή ορολογία για συζήτηση καλό θα ήταν να μελετηθούν τα κατωτέρω βιβλία που αποτελούν οδηγούς μας στην μεθοδολογία υλοποίησης επενδύσεων που χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα λόγω ασύμμετρου περιβάλλοντος ή έλλειψης ιστορικών στοιχείων απόδοσης ή διείσδυσης.

1. JOHN DOERR “**MEASURE WHAT MATTERS**”.
2. ERIC RIES “**THE LEAN START UP**”.
3. STEVE BLANK “**THE FOUR STEPS TO THE EPIPHANY**”
4. REID HOFFMAN “**BLITZSCALING**”.
5. ISMAIL SALIM “**EXPONENTIAL ORGANIZATIONS**”,
“**EXPONENTIAL TRANSFORMATION**”.
6. ROBERT GREENE “**THE LAWS OF HUMAN NATURE**”, “**MASTERY**”.
7. MARK JOHNSON “**REINVENT YOUR BUSINESS MODEL**”.
8. JIM COLLINS “**HOW THE MIGHTY FALL**”.
9. NASSIM NICHOLAS TALEB “**ANTIFRAGILE**”.
10. ADAM GRAND “**ORIGINALS**”.
11. SAFI BAHCALL “**LOONSHOTS**”
12. PAUL HAGUE “**THE BUSINESS MODEL HANDBOOK**”
13. ALEXANDER CHERNER “**THE BUSINESS MODEL**”
14. JOHN MULLINS “**THE NEW BUSINESS ROAD**”, “**GETTING TO PLAN B**”,
“**THE CUSTOMER FUNDED BUSINESS**”
15. ALEXANDER OSTENWALDER, YVES PIGNEUR
“**BUSINESS MODEL GENERATION**”, “**VALUE PROPOSITION DESIGN**”

Η βασική παράμετρος αξιολόγησης για την συγκεκριμένη επιχειρησιακή μονάδα είναι και σε αυτήν την περίπτωση το μακροπρόθεσμο του επενδυτικού ορίζοντα. Δεν επιδιώκουμε απόδοση παρά από το **BEYOND 2031** από την συμμετοχή μας.

Η επιχειρηματική ιδέα είναι η μεσολάβηση για την χρηματοδότηση καινοτόμων επιχειρήσεων που επιδιώκουν την μετάβαση από το καθεστώς ενός διακεκριμένου START UP σε μία εταιρεία που επιτυγχάνει το SCALE UP.

Το επιχειρηματικό μοντέλο (BUSINESS MODEL) της εταιρείας ORGANOTECNICA LLC είναι κυρίως το “**FREEMIUM**”. Δεν χρεώνει καθόλου για την συμμετοχή την αγορά παροχής επενδυτικών κεφαλαίων ή των νεοφυών διακεκριμένων καινοτόμων επιχειρήσεων παρά μόνο για προαιρετικές επιπλέον υπηρεσίες όπως το κεντρικό πάρτυ δικτύωσης ή την παροχή στοχευμένων υπηρεσιών B2B.

ΧΡΗΜΑΤΑ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΙ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΑ ΜΕ SUCCESS FEES ΤΩΝ DEALS ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΑΞΙΟΠΙΣΤΕΣ ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΗΓΕΣ ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΥ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΔΕΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΧΩΡΙΣ ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ.

Η ORGANOTECNICA LLC θα αξιοποιήσει ως στοχευμένες πηγές πληροφορίες που παρέχονται δωρεάν από τις κοινοποιήσεις από τις κατωτέρω αναφερόμενες πηγές A-B.

A. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΕΡΕΥΝΩΝ

- I. CB INSIGHTS
- II. VENTURE SCANNER

B. ΔΙΕΘΝΗ ΕΝΤΥΠΙΑ PORTALS ΜΕ ΒΡΑΒΕΥΣΕΙΣ ΕΤΗΣΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

- I. FORBES LISTS/AWARDS
- II. MIT TECHNOLOGY REVIEW
- III. FORTUNE
- IV. MONEY 20/20
- V. FINTECHNEWS
- VI. FUTURISM.

Το επιχειρηματικό μοντέλο για να είναι αποτελεσματικό προϋποθέτει την συνεργασία Επιμελητηρίων ή Επαγγελματικών φορέων που επικοινωνιακά μπαίνουν μπροστά για να αποσπαστεί η συμμετοχή των εταιρειών κατ' αρχάς δωρεάν και μετά για το premium με χρέωση επιπλέον υπηρεσίες. Πάρα πολύς χρόνος θα αφιερωθεί για την απόσπασση της συμμετοχής τέτοιου τύπου φορέων που θα βάλουν το όνομα και το κύρος τους στο τραπέζι έναντι επικοινωνιακών και οικονομικών ανταλλαγμάτων. Για το συγκεκριμένο θα αξιοποιηθούν και οι διεθνείς σχέσεις Ελληνικών διμερών επιμελητηρίων με αντίστοιχους Ευρωπαϊκούς ή διεθνείς οργανισμούς.

Έχουμε την εξαιρετικά θετική εμπειρία της επιτυχημένης τριακονταετούς στρατηγικής μας διείσδυσης στην Ελλάδα ως υποτίθεται “ΓΕΡΜΑΝΟΙ” λόγω της συνεργασίας με το Ελληνογερμανικό Επιμελητήριο που το διοικούσαν τότε τρεις εξαιρετικοί στρατηγικοί συνεργάτες μας (Μπαλαφούτας, Μαραγκός, Φούνκ). Μέσα από την εκθετική προβολή του Ελληνογερμανικού Επιμελητηρίου ως διοργανωτή είχαμε την χωρίς επιφυλάξεις αποδοχή από το σύνολο των Εθνικών θεσμικών φορέων. Και στην Ελλάδα και στο εξωτερικό πάσχουν από αυτό που εμείς ονομάζουμε “ΘΕΣΜΟΛΑΓΝΕΙΑ”... Η ίδια ακριβώς πρόταση αν προταθεί από ένα ιδιώτη αντί ενός φορέα έχει εντελώς διαφορετική αντιμετώπιση. Συχνά αυτή η προσέγγιση φτάνει ή ξεπερνά τα όρια της γελοιότητας. Υποτίθεται ένας φορέας είναι έντιμος και με θεσμική λογική αντί συντεχνιακή ενώ οι ιδιώτες ανέντιμοι και σε κάθε περίπτωση με κρυφή ατζέντα ...

Αν έχουμε ένα ανοικτό οικοσύστημα θεσμικών και ιδιωτών συνεργατών και αν έχουμε πέρα από μία τυπική αιγίδα ή συνδιοργάνωση ένα πολύ αξιόπιστο εταιρικό και θεσμικό οικοσύστημα θα αποκτήσουμε μη ιδιόκτητες (υποαπασχολούμενες υποδομές τρίτων), διεθνή δίκτυα συνεργατών που θα μπορούσαν να είναι πολύτιμα κατά την διαδικασία διείσδυσης μας στην αγορά ενώ θα μας επέτρεπαν να μειώσουμε δραματικά ανθρώπινα και άλλα κόστη. Τα ΔΣ συνεργαζόμενων οργανισμών ή εταιρειών θα μπορούσαν να θέσουν στην υπηρεσία μας την οικονομική και κοινωνική τους επιρροή σε κρατικές υπηρεσίες ή επιχειρηματικών οικοσυστημάτων.

Έχουμε επεξεργαστεί τα προηγούμενα 35 χρόνια διάφορα επιχειρηματικά μοντέλα συνεργασίας με διαφόρων ειδών φορείς και μπορούμε και τώρα να πειραματιστούμε χωρίς δόγματα με βάση πάντα αυτούς που θα έχουμε απέναντί μας και τις δυνατότητες τους. (διαβάστε για innovation accounting).

Για να υλοποιηθεί η συγκεκριμένη επένδυση θα πρέπει να αφιερωθεί το 50% του διαθέσιμου χρόνου του Ιδρυτού του Money Show για 10 χρόνια ενώ 100-130 μέρες τον χρόνο θα πρέπει να αφιερώνεται σε

επιχειρηματικά ταξίδια σε ΕΥΡΩΠΗ, ΚΙΝΑ, ΙΝΔΙΑ, ΝΟΤΙΟΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΑΣΙΑ/ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ, ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ, ΚΑΙ ΑΦΡΙΚΗ.

Η θυσία της **γραμμικής υπερανάπτυξης** των δραστηριοτήτων στην Ελλάδα, Κύπρο κρίνεται απαραίτητη γιατί έχουμε εκθετική στόχευση στην τρίτη καθαρά διεθνή στρατηγική επιχειρησιακή μονάδα.

Η ORGANOTECNICA LLC έχει έδρα και γραφεία στην Νέα Υόρκη και θα αποκτήσει και στην Σιγκαπούρη. Στόν πρώτο κύκλο η εστίαση της είναι στην Βόρεια Αμερική και Κίνα, γιατί υπάρχει η μεγαλύτερη πυκνότητα υποψήφιων πελατών και σε δεύτερη φάση στην Σιγκαπούρη που αποτελεί εστιακό σημείο σε σχέση με τις ASEAN COUNTRIES και τον τόπο για το διεθνές MONEY SHOW.

ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΕΡΓΟ ΤΟΥ “DISRUPTION & FUTURISM FORUM by MONEY SHOW”

A. ΦΑΣΗ

- I. Οι συνεργάτες της ORGANOTECNICA LLC χαρτογραφούν τις καινοτόμες εταιρείες που αναζητούν κεφάλαια για SCALE UP και τις επενδυτικές εταιρείες επιχειρηματικού κεφαλαίου από το ετήσια ανανεούμενο υλικό που κοινοποιούν οι εταιρείες CB INSIGHTS, VENTURE SCANNER και τα διεθνή έντυπα ή δικτυακές πύλες που αναφέραμε προηγουμένως.
- II. Αναζητούνται διμερή επιμελητήρια ως συνδιοργανωτές που έχουν ανοικτό πνεύμα και την διάθεση να προσκαλέσουν ομοεθνείς τους στις διαδικασίες δικτύωσης.
- III. Επιλέγονται με βάση την θετικότητα ανταπόκρισης οι εταιρείες που ανταποκρίνονται άμεσα
- IV. Δημιουργείται η ηλεκτρονική πλατφόρμα στην οποία παρουσιάζονται και αλληλοσυνδέονται οι καινοτόμες εταιρείες και οι εταιρείες επιχειρηματικού κεφαλαίου
- V. Γίνονται διεξοδικά οι επικοινωνίες κυρίως ηλεκτρονικά αλλά και μέσω τηλεφώνου αλλά επιδιώκονται και προσωπικές επαφές για την επιτυχή διείδυση στα τοπικά οικοσυστήματα.
- VI. Εστιάζεται η ORGANOTECNICA LLC σε όσους έχουν χρηματοδοτικά κενά και τους προτείνει συμβόλαιο δικτύωσης με SUCCESS FEE αλλά και συμμετοχή σε στοχευμένα ραντεβού δικτύωσης με συμβολικό κόστος. Δεν περιμένουμε να πληρώσουν ή να υπογράψουν άμεσα συμβάσεις όσοι ήδη έχουν συγκεντρώσει αρκετά κεφάλαια στην άμεση διάθεση τους αλλά και για αυτούς επιδιώκουμε το να τους εμπλέξουμε όταν δούν ότι στις λίστες συμμετοχών μας υπάρχουν σε επίπεδο διοικήσεων οι άνθρωποι και οι εταιρείες που δεν τους κλείνουν ραντεβού ή τους αφορούν μελλοντικά.
- VII. Σταδιακά θα υπογράψει η ORGANOTECNICA LLC μία σειρά συμβάσεων με εταιρείες επιχειρηματικού κεφαλαίου που θα προβλέπουν τον μεσολαβητικό ρόλο μας για την προώθηση επίλεκτων καινοτόμων εταιρειών στα δικά τους χρηματοδοτικά οχήματα. Τα ποσοστά της ORGANOTECNICA LLC θα κυμαίνονται από 0,1%-6% με βάση την εκάστοτε διαπραγμάτευση.

B ΦΑΣΗ

Γίνονται οι φυσικές διαδικασίες δικτύωσης ανά τον κόσμο και αποκτάται ένα επαρκές υλικό για συμφωνίες αντιπροσώπευσης το οποίο αξιοποιείται με ειδικές παρουσιάσεις B2B ανά τον κόσμο.

4. ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ORGANOTECNICA LLC

ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ Α. ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΚΕΡΔΟΥΣ

Η Δομή της Εταιρείας, από την ίδρυσή της και προς το μέλλον, αποτελεί υλοποίηση ενός Στρατηγικού Σχεδιασμού, του οποίου Βασικό Στοιχείο είναι ο “χωρισμός” της Εταιρείας σε μικρότερες Εταιρείες (Κέντρα Κέρδους), με βάση Προϊόντα ή Ομάδες Προϊόντων, με κάθετη Αυτόνομη Δομή και αντίστοιχους Διευθυντές (Business Manager, ο οποίος αντιστοιχεί σε Γενικό Διευθυντή, Product Manager, αντίστοιχος του Διευθυντού Πωλήσεων και Service Manager, αντίστοιχος του Διευθυντού Service μιας Εταιρείας). Για τα Κέντρα αυτά (και τους Διευθυντές τους) το

MONEYSHOW παίζει το ρόλο “Τράπεζας” και Συμβούλου Επενδύσεων, με την έννοια ότι η βασική σχέση της Γενικής Διεύθυνσης της Εταιρείας με τους Business Managers αφορά τα Κεφάλαια που πρέπει να επενδυθούν και τις δεσμεύσεις που αυτοί αναλαμβάνουν σε σχέση με το προσδοκώμενο Κέρδος, παρέχοντάς τους μεγάλη ελευθερία και τις αναγκαίες γνώσεις για να εκπληρώσουν τους στόχους τους.

Όλα γίνονται με την πειθαρχία μετρήσιμων αριθμητικά “OKRs”

Αναπτυσσόμενη η Εταιρεία, τα Κέντρα αυτά εξελίσσονται σε πολλές περιπτώσεις σε αυτόνομες θυγατρικές, ιδίως όταν κρίνεται ότι η τεχνογνωσία και το στυλ του Κέντρου διαφέρει από αυτό της Μητρικής Εταιρείας. Για να συμβεί αυτό θα πρέπει οι αριθμοί να το υποστηρίζουν επαρκώς

Ο Σχεδιασμός συμπληρώνεται, από την πλευρά της Μητρικής Εταιρείας, με τους Development Managers, οι οποίοι διευθύνουν τα Πλάνα Ανάπτυξης (Νέοι Κλάδοι, Νέα Προϊόντα, Νέες Συνεργασίες, Εξαγορές, Στρατηγικές Αγοράς, Γενική Πολιτική Τιμών και τους Account Managers, οι οποίοι ασχολούνται με την μεγιστοποίηση της αξιοποίησης ενός Πελάτη, ο οποίος πιθανόν να αποτελεί στόχο περισσότερων Κέντρων Κέρδους.

B. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ORGANOTECNICA LLC

Η ανάπτυξη της Εταιρείας **ORGANOTECNICA LLC** τα έτη 2021-2030 βασίζεται σε δεκαετές Επενδυτικό Πρόγραμμα, ύψους 1,000,000 ευρώ για το **DISRUPTION & FUTURISM FORUM by MONEY SHOW**.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΓΙΑ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΣ MONEY LAB ΙΚΕ.

Η ανάπτυξη της Εταιρείας **MONEY LAB ΙΚΕ** τα έτη 2021-2030 βασίζεται σε δεκαετές Επενδυτικό Πρόγραμμα, ύψους 700,000 ευρώ..

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΓΙΑ ΚΥΠΡΟ ΤΗΣ MONEY SHOW ΙΚΕ

Όπως αναφέρεται και στο Business Plan, η ανάπτυξη της Εταιρείας κατά τα έτη 2021-2030 βασίζεται σε δεκαετές Επενδυτικό Πρόγραμμα, ύψους 300.000 ευρώ..

**ΠΡΟΣΟΧΗ! ΟΙ ΠΑΡΟΥΣΕΣ ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΟΥΔΕΜΙΑ ΣΧΕΣΗ ΜΕ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΤΟ Χ.Α./Χ.Α.Κ. Η ΑΛΛΟ
ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ.**

ΑΠΕΥΘΥΝΟΝΤΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΣΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ CLUB ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ ΤΟΥ MONEY SHOW, **MONEYLAB**

**“Συγκέντρωση επενδυτικού κοινού με ποιοτικά
χαρακτηριστικά”. ΑΦΟΡΑ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ MONEYLAB**

1. Θέσεις - Κοινές παραδοχές του “CLUB Επενδυτών -Μεριδιούχων της MONEYLAB ΙΚΕ.”

ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΓΚΑΙΟ:

1. Να είσαι επιχειρηματίας για να επενδύσεις.

2. Να αναλάβεις εξ ολοκλήρου το ρίσκο μιας επένδυσης.
3. Να επενδύσεις αποκλειστικά και μόνο στην MONEYLAB IKE αποκλείοντας άλλες συμφέρουσες επενδυτικές επιλογές που παρέχει η ελληνική ή η διεθνής αγορά των επενδύσεων. Αντίθετα ενθαρρύνουμε τη γενικότερη επενδυτική δραστηριότητα ενημερώνοντας έγκυρα μέσω του MONEY SHOW για κάθε νόμιμη, υγιή και θεμιτή επενδυτική δυνατότητα.
4. Να διαθέσεις τεράστια κεφάλαια που θα σου λείψουν χάριν των επενδυτικών δραστηριοτήτων μας (Μακροπρόθεσμη επένδυση) ή θα σε εμποδίσουν να επενδύσεις στις βραχυπρόθεσμης απόδοσης επενδύσεις που προσφέρει η αγορά.
5. Να είσαι ο «τελευταίος τροχός της αμάξης» ή να συνθλιβείς επενδυτικά από την διαφορετική οικονομική δυνατότητα συνεισφοράς των υπολοίπων μελών.
6. Να εγκαταλείψεις την καθημερινή σου επαγγελματική, επενδυτική ή άλλη κύρια δραστηριότητα.
7. Να βρίσκεσαι απροειδοποίητα προ αυξήσεων του μεριδιακού κεφαλαίου, με αποτέλεσμα την αλλοίωση συμμετοχών, χωρίς επαρκές χρονικό διάστημα για την κάλυψη της αύξησης αναλογικά και κατά το βαθμό ενδιαφέροντος των μεριδιούχων μας.
8. Να μην γνωρίζεις εκ των προτέρων τον αριθμό των μεριδίων για τη συγκέντρωση του αρχικού ποσού ή του τελικού κάθε επένδυσης καθώς και των χρόνων αναπροσαρμογής τους.
9. Να γίνεσαι αντικείμενο εξαπάτησης με την ανάθεση της υλοποίησης και της εκτέλεσης των επενδύσεων σε φορείς αναξιόπιστους, αδιαφανείς και άγνωστους.

ΔΙΟΤΙ:

1. Το MANAGEMENT των επενδύσεων γίνεται από εξαιρετικά έμπειρα και επιτυχημένα στην πράξη στελέχη ή εσωτερικούς συνεργάτες της ORGANOTECNICA του Ομίλου ORGANOTECNICA.
2. Το ρίσκο, αφενός μεν ελαχιστοποιείται λόγω της προσεκτικής επιλογής του εκάστοτε αντικειμένου της επενδυτικής επιλογής και αφετέρου επιμερίζεται στους μικρομεριδιούχους μας.
3. Ο Όμιλος ORGANOTECNICA, επιθυμεί ως επενδυτές μεριδιούχους με γνώση και εμπειρία για τα υγιή κριτήρια επιλογής & συμμετοχής σε επενδυτικές δραστηριότητες ενώ η "MONEYLAB IKE" αναλαμβάνει έντιμα και αξιόπιστα να ενημερώνει και να επιμορφώσει τους μικρομεριδιούχους της MONEYLAB IKE για τα πλεονεκτήματα άλλων επενδυτικών επιλογών που προσφέρει η ελληνική ή διεθνής αγορά.

Δεν θα ισχυρισθούμε ποτέ ότι εμείς είμαστε η άριστη επενδυτική επιλογή σε κάθε περίπτωση.

Δηλώνεις οι οποίες φέρουν έστω και ίχνη αυθεντίας παραποιούν το πνεύμα των ιδρυτών της "MONEYLAB IKE". Μοναδική αυθεντία για τον Όμιλο αποτελούν τα διαπιστωμένα γεγονότα, η αλήθεια των αριθμών και των οικονομικών στοιχείων και η επιχειρηματική επάρκεια.

4. Εκ των προτέρων, η στρατηγική μας για την προσέλκυση μελών ή μεριδιούχων, είναι τέτοια ώστε να μην επιβαρύνουμε τα μέλη ή τους μεριδιούχους μας με την καταβολή χρηματικών ποσών τα οποία, όπως ήδη αναφέραμε:

α) Θα τους λείψουν κατά τη διάρκεια της 12ετίας για την κάλυψη των καθημερινών τακτικών ή εκτάκτων αναγκών τους,

β) Θα τους αφαιρέσουν επενδυτικούς πόρους για τις βραχυπρόθεσμες επενδύσεις τους,

γ) Θα τους εμποδίσουν να συμμετάσχουν σ' άλλες ενδιαφέρουσες και συμφέρουσες επενδύσεις.

5. Σε αντίθεση μ' όλες τις συνήθεις μορφές πολυμετοχικών επενδύσεων, όπου ή επενδυτική συμμετοχή εξ ανάγκης προσδιορίζεται αποκλειστικά από την οικονομική δυνατότητα συμμετοχής, στην MONEYLAB IKE ο χρόνος ο οποίος αφιερώθηκε ή αφιερώνεται από τα μέλη-επενδυτές, ή το οικονομικό αποτέλεσμα συνυπολογίζεται στην τιμή αγοράς των μεριδίων.

6. Δεν ζητάμε από κανένα, να εγκαταλείψει τις καθημερινές του ασχολίες ή οικονομικές δραστηριότητες είτε αυτές είναι επιτυχείς είτε ανεπιτυχείς.

7. Δεν πρόκειται ποτέ η συμπεριφορά ή η πολιτική αυξήσεων μεριδίων της MONEYLAB IKE να είναι τέτοια, ώστε να βρεθείτε στη δυσάρεστη θέση, όταν οι επενδύσεις που από κοινού επιχειρούμε δρομολογηθούν, να συμμετέχετε όλο και λιγότερο ενώ στην αρχή της προσπάθειας συνεισφέρατε τα μέγιστα. Αυτή είναι μια ηθική δέσμευση της ORGANOTECNICA η οποία θα θεσμοθετηθεί με τις αναγκαίες εξασφαλιστικές ρυθμίσεις. Ο χρόνος συμμετοχής για παράδειγμα, θα δημιουργεί ιστορικό πλεονέκτημα της κατά προτεραιότητα προνομιακής

συμμετοχής στις επενδύσεις του Ομίλου. Κάθε αύξηση μεριδιακού κεφαλαίου πέραν του αρχικού, θα κοινοποιείται τουλάχιστον 12 μήνες πριν ώστε να δίνεται το χρονικό περιθώριο στους ήδη υφιστάμενους μεριδιούχους να καλύψουν, την αναλογία την οποία κατείχαν εξ αρχής, εάν και εφόσον βέβαια το επιθυμούν.

8. Τα πλήρη οικονομικά στοιχεία για τη συγκέντρωση των κεφαλαίων τα οποία θα απαιτεί η εκτέλεση του επενδυτικού προγράμματος της MONEYLAB IKE ευρίσκονται στη διάθεση κάθε μέλους, ενώ ειδικά εξουσιοδοτημένοι συνεργάτες της ORGANOTECNICA LLC, έχουν αναλάβει την επεξήγηση κάθε λεπτομέρειας ή επιλογής για την οποία θα ζητηθούν εξηγήσεις ή διευκρινήσεις. Δεν πρόκειται πάντως να γίνει καμία αύξηση μεριδιακού κεφαλαίου πέραν των απολύτως αναγκαίων για την πλήρη εκτέλεση των κοινά αποδεχθέντων και κοινοποιηθέντων εξ αρχής συγκεκριμένων και καταγεγραμμένων επενδυτικών δραστηριοτήτων της MONEYLAB IKE

9. Η ανάθεση οποιουδήποτε έργου ή προμηθείας, γίνεται πάντα αξιοκρατικά με διαφανείς διαδικασίες σε γνωστούς και αξιόπιστους στρατηγικούς συνεργάτες-φορείς, που παρέχουν τα μεγαλύτερα δυνατά εγγύα. Σε κάθε περίπτωση, αναζητούνται κατά προτεραιότητα αλλά με αξιοκρατικά κριτήρια, οι προμηθευτές μεταξύ των μελών. Επίσης, η εκλεχθείσα από τα ίδια τα μέλη ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ, παρακολουθεί και ελέγχει την τήρηση των ανωτέρω όρων και δεσμεύσεων. Τέλος, για όλα όσα προαναφέραμε τα οποία αποτελούν το κείμενο των καταστατικών αρχών και δεσμεύσεων της MONEYLAB IKE στα μέλη - επενδυτές, αφιερώνεται καθημερινά χρόνος από την Επιτροπή Θεσμικής επεξεργασίας και Κατοχύρωσης που απαρτίζεται από μέλη - επενδυτές ώστε οι όποιες ηθικές δεσμεύσεις και εγγυήσεις να έχουν τις ανάλογες θεσμικές διαδικασίες ελέγχου για την αποφυγή της καταστρατηγήσεως των καταστατικών αρχών.

2. Καινοτομίες του "MONEY-LAB CLUB"

1. Συμμετέχεις μεριδιακά, ανάλογα με το έμπρακτο ενδιαφέρον σου και όχι μόνο με την οικονομική σου δυνατότητα συνεισφοράς. (Εντάσεως και χρόνου, αντί απλά κεφαλαίου).

2. Έχεις μια πρόσθετη ευκαιρία για μια καλύτερη ζωή πέραν της καθημερινής προσπάθειας. Προϋπόθεση για την προνομιακή συμμετοχή δεν είναι μόνο η εγγαφή με την αντίστοιχη καταβολή, αλλά η αφιέρωση χρόνου για την επιτυχία των στόχων της MONEYLAB IKE

3. Επενδύεις σε τομείς όπου η αγορά έχει ολιγοπωλιακά χαρακτηριστικά τομέα οι οποίοι μόλις τώρα αρχίζουν να αναπτύσσονται στην Ελλάδα και το εξωτερικό και θα έχουν μέλλον για τα επόμενα δέκα (10) και πλέον χρόνια. (Έχει συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις επενδύσεις σε κορεσμένες και άκρωσ ανταγωνιστικές αγορές, οι οποίες είναι άγνωστες και ανεξερεύνητες).

4. Τα συμφέροντά σου, δεν διίστανται με εκείνα των μετόχων της πολυμεριδιακής MONEYLAB IKE διότι λόγω του μικρού ποσοστού συμμετοχής του κάθε μεριδιούχου, αποφεύγονται οι φυγόκεντρες άτυπες ομαδοποιήσεις συμφερόντων μελών - επενδυτών.

5. Η επιτυχία της επένδυσης δεν επαφίεται απλά και μόνο στους νόμους και τη δομή της αγοράς, αλλά εξαρτάται σε σημαντικότατο βαθμό από το ενδιαφέρον των μελών που ευσυνείδητα και χωρίς καμία δέσμευση αποφασίζουν να επενδύσουν. Το επιμορφωτικό CLUB MONEYLAB λειτουργεί ως εργαστήριο ανάπτυξης μιας ώριμης επενδυτικής συνείδησης και ως προθάλαμος μελέτης για ουσιαστικότερη επένδυση στην MONEYLAB IKE Το μοντέλο επιχειρηματικής επιτυχίας στηρίζεται σ' αυτή τη σταδιακή διαδικασία εισαγωγής και ανάπτυξης από μη μέλη σε μέλη με συμβολική συμμετοχή και από μέλη σε μέλη - επενδυτές, ώστε να εξασφαλισθεί η ευσυνείδητη ενεργητική και ουσιαστική συμμετοχή των μεριδιούχων ως επενδυτών.

6. Τα μέλη, αποτελούν τους ενεργητικούς εργάτες που λειτουργούν σαν επικοινωνιακά κύτταρα μεταφοράς πληροφοριών, εμπειριών, δυνατοτήτων, προσβάσεων, χάριν του κοινού στόχου που καλύπτει τις οικονομικές και συμμετοχικές ανάγκες των υπευθύνων και ολοκληρωμένων ως προσωπικοτήτων μελών, τα οποία καταθέτουν ποικιλόμορφα τη συνεισφορά τους.

3. Αμοιβή ORGANOTECNICA LLC του ORGANOTECNICA GROUP

Η αμοιβή της ORGANOTECNICA, δεν είναι σε χρήμα, πλην της ετήσιας συνδρομής MONEYLAB 100 ευρώ, αλλά σε πιθανή συμμετοχή στην εταιρεία MONEYLAB IKE από τους μεριδιούχους - επενδυτές.

4. Φιλοσοφία φόρμουλας συνεργασίας.

Η ORGANOTECNICA LLC έχει κέρδος μόνον αν η επένδυση την οποία διευθύνει εμφανίσει κέρδη, ενώ το ύψος των κερδών της συναρτάται άμεσα με την απόδοση της επένδυσης. Αν η όποια επένδυση αποδειχθεί ζημιολόγα ο πρώτος και μεγαλύτερος χαμένος είναι η ORGANOTECNICA, διότι δεν πληρώνεται ούτε τη μελέτη για την επένδυση, ούτε και την απασχόληση των συνεργατών της για το MANAGEMENT. Η φόρμουλα αυτή επελέγη ώστε αφενός μεν να διασφαλίζεται το ενεργητικό ενδιαφέρον της ORGANOTECNICA για τη μεγαλύτερη δυνατή επιτυχία της επένδυσης, αφετέρου δε για να μην επιβαρύνει την αρχική φάση στην επένδυση, με υψηλά έξοδα μελετών ή MANAGEMENT.

5. Δικαιώματα μελών του CLUB MONEYLAB "Επενδυτών-Μεριδιούχων"

1. Δικαίωμα επένδυσης στην MONEYLAB IKE κατά την χρονική προτεραιότητα εγγραφής ως μέλους στο "MONEY LAB". Το δικαίωμα αυτό ισχύει και για κάθε άλλη πολυμετοχική ή πολυμεριδική επένδυση του ομίλου ORGANOTECNICA. Απαλλάσσονται από την ετήσια συνδρομή πρώην συνεργάτες, εργαζόμενοι, πελάτες.
2. Συνδρομή με προνομιακούς όρους στο ηλεκτρονικό περιοδικό επενδυτικών προτάσεων του "MONEY LAB".
3. Δωρεάν είσοδο σε επιλεγμένα επενδυτικά συνέδρια του "MONEY LAB" που διοργανώνονται κάθε χρόνο, από το ORGANOTECNICA GROUP.
4. Εξασφάλιση προκαθορισμένων ραντεβού για τα μέλη του CLUB με εκπροσώπους της αγοράς χρήματος, με αμοιβή που προκαθορίζεται, με στόχο την έγκυρη ενημέρωσή τους για όλες τις επενδυτικές επιλογές που προσφέρονται στην ελληνική και τη διεθνή επενδυτική αγορά.
5. Έναντι προνομιακού τιμήματος παροχή συμβουλών που σχετίζονται με τις κύριες επιχειρηματικές δραστηριότητες των μελών (HOT LINE).
6. Δικαίωμα συμμετοχής στις ελεγκτικές επιτροπές του "MONEY LAB" για τις εταιρείες της MONEYLAB IKE.
7. Οι πιθανές προσλήψεις στις εταιρείες του Ομίλου ORGANOTECNICA, γίνονται αξιολογούμενες, αλλά αποκλειστικά και μόνον από τα μέλη του "MONEYLAB".
8. Επί ίσους όρους στους προμηθευτές προτιμώνται τα μέλη και εκ των μελών τα παλαιότερα.
9. Κάρτα μέλους η οποία θα χρησιμοποιείται για την αγορά διαφόρων υπηρεσιών ή προϊόντων ή υπηρεσιών με εκπτώσεις,

6. Συγκριτικά πλεονέκτημα δομής του επενδυτικού μας φορέα

1. Απουσία εξωτερικού δανεισμού.
2. Μέσο-μακροπρόθεσμη επένδυση (δεκαετής).
3. Μη σύγκρουση με τις βραχυπρόθεσμες τοποθετήσεις.
4. Απουσία σημαντικών λειτουργικών στη φάση άνδρωσης.
5. Δυνατότητα ανάπτυξης πωλητών - στελεχών από τα μέλη του CLUB.
6. Ισχυρότερος συγκριτικά μέτοχος, ΚΑΙ ο περισσότερο ενδιαφερόμενος.
7. Ισχυρές εκπαιδευτικές προσφορές για αγορές για τα μέλη - μετόχους.

7. Διαδικασία συγκέντρωσης μελών - επενδυτών

Η διαδικασία συγκέντρωσης μελών θα γίνεται διαμέσου ειδικών προγραμμάτων ανάπτυξης και επενδύσεων από τα στελέχη ανάπτυξης της MONEYLAB IKE ή της ORGANOTECNICA LLC..

"BUSINESS LAB" CLUB ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΤΟΥ ORGANOTECNICA GROUP

1. Θέσεις: Κοινές παραδοχές μελών του Club εταιρειών "Business Lab" του Organotecnica Group. Ετήσιο κόστος εταιρικής συμμετοχής 250 ευρώ (ζητείστε μας αναλυτική παρουσίαση) ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΓΚΑΙΟ:

1. Να έχεις παρελθόν (ιστορία - πελατολόγιο - επαφές - διασυνδέσεις) για να πουλήσεις τα "σωστά" - προϊόντα - ή υπηρεσίες σου.
2. Να είσαι αβοήθητος στην χάραξη και υλοποίηση της στρατηγικής μάρκετινγκ - επικοινωνίας για εταιρική και προϊόντική προβολή και διείσδυση.
3. Να επενδύεις μόνος σου τεράστια ποσά για διαφήμιση.
4. Να βλέπεις δουλειές να χάνονται γιατί ο ανταγωνιστής σου είναι η θυγατρική του Χ ομίλου και κερδίζει τις δουλειές έχοντας συγκριτικό πλεονέκτημα γιατί ο πελάτης σκέπτεται και από πλευράς δημοσίων σχέσεων. τις σχέσεις του με τον όμιλο α ή β.
5. Να πληρώνεις εξωπραγματικά ποσά για να έχεις συμβουλές οργάνωσης ευρισκόμενος πάντα στο σημείο που ξεκίνησες.

6. Να μην έχεις φίλους-στρατηγικούς συμμάχους αυτούς που ούτως ή άλλως έχουν επιλέξει να αναπτυχθούν σε άλλους τομείς και άρα δεν σε ζημιώνουν οικονομικά.
7. Να μην έχεις ένα Lobby που θα σε στηρίξει σε κάθε αδικαιολόγητο πρόβλημα.
8. Να περιμένεις χρόνια για να δημιουργήσεις τις σοβαρές προϋποθέσεις - αν το θελήσεις όποτε εσύ το κρίνεις - για επίλυση μεσοπρόθεσμα του χρηματοδοτικού γιατί θα αντιληφθείς ξαφνικά ότι ο κλάδος σου μετατράπηκε σε κλάδο εντάσεως κεφαλαίου.
9. Να μη γνωρίζεις ως επιχείρηση την τεράστια σημασία της έννοιας "συνεργιστικό όφελος".

ΔΙΟΤΙ:

1. Σου τα παρέχει όλα η ORGANOTECNICA LLC είτε με το καθεστώς της ειδικής συνεργασίας ως συνεργαζόμενη εταιρεία του Group είτε με την πλήρη σου ένταξη στον όμιλο ως θυγατρική του ομίλου. Δεν είμαστε Τράπεζα. Η ένταξη στον όμιλο όμως προϋποθέτει απαραίτητα απόλυτα υγιή χρηματοοικονομικά. Σας φέρνουμε σε επαφή με FUNDS όμως μπορεί να μην σας επιλέξουν.
2. Η ORGANOTECNICA LLC παρέχει μέσω του τμήματος προσωπικών σεμιναρίων του Κ.Κ.Εφ. στα μέλη του Business Lab σε τιμή κόστους σεμιναριακή εκπαίδευση και υποστήριξη ώστε να βοηθηθείτε για τη δημιουργία ορθής σχέσης μεταξύ στρατηγικής marketing και στρατηγικής επικοινωνίας, διαφήμισης. Το επίμαχο σημείο, στο οποίο γίνονται τα μεγαλύτερα λάθη από τις δημόσιες και τις ιδιωτικές επιχειρήσεις σε θέματα επικοινωνίας, όταν υπάρχουν διαθέσιμοι διαφημιστικοί πόροι, που λειτουργούν με τη μορφή Budget, είναι το εξής:

Ακόμα και όταν υπάρχει διεξοδική και μακροπρόθεσμη χάραξη συγκεκριμένης στρατηγικής MARKETING μετά από εμβάθυνση στους αντικειμενικούς στόχους της επιχείρησης, υπάρχει χάσμα και λάθος σχέση μεταξύ στρατηγικής μάρκετινγκ και στρατηγικής επικοινωνίας, ενώ το ίδιο ισχύει μεταξύ επικοινωνιακής στρατηγικής και στρατηγικής διαφήμισης.

Ως γνωστόν, η επικοινωνιακή στρατηγική αποτελεί ένα από τα εργαλεία της στρατηγικής μάρκετινγκ, το οποίο, πριν υπάρξει, πρέπει να εξεταστεί από πλευράς εναλλακτικού κόστους και συγκριτικών πλεονεκτημάτων με μια σειρά άλλων μεθόδων. Από τη στιγμή που μια διερεύνηση - απ' αυτές τις πολύ σημαντικές αλλά συχνά ξεχασμένες όψεις - δώσει συγκεκριμένες απαντήσεις, χαράζεται και εκπονείται η στρατηγική της επικοινωνίας, που μπορεί να συμπίπτει ή όχι με την κλασική διαφημιστική στρατηγική. Με εξαίρεση ορισμένες επιχειρήσεις του ιδιωτικού - κυρίως - τομέα, που διαθέτουν σοβαρή εμπειρία και θεωρητική γνώση σε θέματα στρατηγικού σχεδιασμού μάρκετινγκ, επικοινωνίας και διαφήμισης, η εικόνα στις περισσότερες επιχειρήσεις, είναι ότι μετά από μια πρόχειρη και επιτροχάδην επισκόπηση των στόχων της εταιρείας, η όλη συζήτηση και ο προβληματισμός στρέφονται στις τεχνοκρατικές διαφημιστικές διαδικασίες, με αποτέλεσμα η διαφημιστική στρατηγική, να έχει πολύ μικρότερα αποτελέσματα και, συνεπώς, να γίνεται κακή διαχείριση των διαθέσιμων πόρων. Από και από πέρα, ακολουθούνται οι τυπικές διαδικασίες του μηνύματος της δημιουργικής επεξεργασίας, των MEDIA, που τελειώνουν με την αγορά χώρου και χρόνου στα μέσα.

Η δική μας πρόταση, είναι το να συζητήσουμε εξαντλητικά και διεξοδικά τους στόχους της εταιρείας. Να γνωρίσουμε τη νοοτροπία και τη φιλοσοφία του Μάνατζμεντ και του Μάρκετινγκ της τωρινής διοίκησης, να ελέγξουμε από κοινού, το κατά πόσο η επιχείρηση λειτουργεί βάσει στρατηγικού σχεδιασμού και όχι απλά και ευκαιριακά βάσει των εκάστοτε υπαρχόντων προγραμμάτων διαφήμισης. Να εξετάσουμε, εφόσον υπάρχουν όλα τα προηγούμενα, τη σύνδεση στρατηγικής Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας. Τέλος, εφόσον όλα τα προηγούμενα έχουν καλώς, να χαράξουμε από κοινού τη στρατηγική Επικοινωνίας, με βάση ένα τριετές τουλάχιστον πλάνο, με μακροπρόθεσμους, μεσοπρόθεσμους και βραχυπρόθεσμους, σαφείς και απόλυτα διεξοδικούς στόχους. Να παρουσιάσουμε ένα σύστημα ελέγχου, όσον αφορά στο δείκτη ROI. Κατόπιν, να μπούμε στη διαδικασία της ετήσιας τακτικής της Επικοινωνίας - Διαφήμισης, με βάση τις γνωστές τεχνοκρατικές διαδικασίες, αντί να κρίνουμε μόνο απ' αυτές. Η "βιομηχανία" της διαφήμισης στην Ελλάδα, λειτουργεί με τυποποιημένες διαδικασίες, όπου όταν μια εταιρεία έχει από μόνη της υποδομή σε θέματα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας και εποπτείας του διαφημιστικού χώρου, με σωστή επιλογή της διαφημιστικής εταιρείας και με γνώση των Σημείων Ελέγχου του έργου της, πετυχαίνει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα με το μικρότερο δυνατό κόστος. Αν όμως αυτά απουσιάζουν, ξοδεύονται πολύτιμα κονδύλια, με το μικρότερο όφελος.

Αν μια εταιρεία επιθυμεί να δουλέψει σοβαρά και μακροπρόθεσμα, με πραγματική στρατηγική Επικοινωνίας αντί της ασυντόνιστης και ετήσιας "ορατότητας" διαφήμισης, μπορούμε, μετά από διεξοδική μελέτη, να υποβάλλουμε προτάσεις συνεργασίας για τη στρατηγική της επικοινωνίας της. Για κάθε εταιρεία μέλος του ORGANOTECNICA GROUP παρέχεται, υπο προνομιακούς όρους, δυνατότητα συμψηφιστικής διαφήμισης ακόμα και για την αυτόνομη διαφήμιση της Εταιρείας.

3. Παντού όλες οι άλλες εταιρείες του Group προωθούν τις αδελφές εταιρείες του Ομίλου με τα κοινά εταιρικά έντυπα του ομίλου Organotecnica, με συμβολικό κόστος, πέραν της απλής επικοινωνίας ως μίας εκ των συνεργαζομένων εταιρειών του Group, εφόσον η σχέση εξελιχθεί σε μετοχική αποτελέει και εσύ μέλος ενός ομίλου και η αγορά σε αντιμετωπίζει ανάλογα.

4. Τα μέλη μας των "Business Laboratories" επωφελούνται από το προσωπικό σεμινάριο crisis management για γενικούς διευθυντές ιδιοκτήτες επιχειρήσεων του Organotecnica Group. Η εταιρεία μας Organotecnica LLC., έχει εκπονήσει ένα ειδικό πρόγραμμα, ευέλικτο, χάριν ολίγων και εκλεκτών συνεργατών μας. Στόχος του προγράμματος, είναι η αφομοίωση των βασικών και κεντρικών καινοτομικών αρχών από τις επιχειρήσεις πελάτες, ώστε, μετά από ένα έτος συμβουλευτικών υπηρεσιών, να έχει αναπτυχθεί στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό, η ικανότητα τους για στρατηγικό προγραμματισμό. Κατά τη διάρκεια των σεμιναρίων, ολοκληρώνεται η πλήρης παρουσίαση της καινοτομικής θεωρίας και πρακτικής, διερευνώνται σε βάθος οι δεδομένες αδυναμίες της συγκεκριμένης επιχείρησης, δίνονται υποδείξεις για την αντιμετώπιση βραχυπρόθεσμων προβλημάτων και τίθενται οι βάσεις για την κατάρτιση ενός μεσοπρόθεσμου διετούς-τριετούς πλάνου εργασιών, ώστε η επιχείρηση, να είναι σε θέση να καταρτίσει με σοβαρότητα τις στρατηγικές της κατευθύνσεις οδεύοντας προς το 2030.

5. Τα μέλη του ομίλου αναλαμβάνουν υποχρεώσεις έναντι των υπολοίπων μελών με τη λογική των καταστατικών δεσμεύσεων ώστε να έχουν και τα αντίστοιχα δικαιώματα από τον όμιλο στον οποίο δεν υφίστανται - εξαρχής - αντικρουόμενα συμφέροντα.

6. Η θεσμική επεξεργασία των δικαιωμάτων των εταιρειών του Group (που δεν έχουν σχέση θυγατρικής) επεκτείνεται χρόνο με το χρόνο ώστε και στην άτυπη κοινοπρακτική μορφή να λειτουργεί όλο το δυναμικό του ομίλου ως Lobby.

7. Η όλη φιλοσοφία ίδρυση των "Business Lab" είναι η μετατροπή εταιρειών από φίλους σε κοινοπρακτούντες συνεργάτες και από κοινοπρακτούντες συνεργάτες σε θυγατρικές ή μετόχους στην MONEYLAB ΙΚΕ. Ο στόχος πλην όλων των άλλων ωφελειών είναι και η μεσοπρόθεσμη επίλυση του χρηματοδοτικού από τις αυξήσεις κεφαλαίου της Organotecnica. η οποία δανείζει ως "τράπεζα" τα μέλη του Group με βάση ένα και μόνο κριτήριο, την αποδοτικότητα των κεφαλαίων της σε δεδομένο χρόνο και τόπο (συνθήκες). Στην πραγματικότητα οδηγούνται οι συνδεδεμένες επιχειρήσεις στο ρόλο του middle management του ομίλου Organotecnica. Για το λόγο αυτό η Organotecnica. παρέχει και το τρίτο της σεμινάριο που θεωρεί ως το πιο σημαντικό από μια άποψη για τους διευθύνοντες τις θυγατρικές ή υποψήφιες θυγατρικές του ομίλου. Το Προσωπικό σεμινάριο "ΤΑΚΤΙΚΗΣ" απευθύνεται σε διευθυντικά στελέχη στο "MIDDLE MANAGEMENT" του ομίλου. Μετά από τη μελέτη των περιορισμών μιας επιχείρησης, τον καθορισμό των δυνατών αγορών, της Στρατηγικής και των χρόνων διεξόδου, την επεξεργασία των οικονομοτεχνικών παραμέτρων, με τη συνεργασία εξωτερικών ή εσωτερικών συνεργατών, χαράσσεται η τακτική για την υλοποίηση της εκπονηθείσας στρατηγικής. Η τακτική, αφορά στα μεσαία στελέχη μιας επιχείρησης και συνδέεται με τις διακυμάνσεις, τις αλλαγές, τις κρίσεις, τις μεταβολές που συμβαίνουν σε μία αγορά, όχι λόγω διαρθρωτικών ή δομικών τροποποιήσεων ή συμβάντων, αλλά λόγω εποχικών, χρονικών, τοπικών ή άλλων προβλημάτων ή ευκαιριών. Με βάση τις πληροφορίες, τις οποίες διαθέτουν οι συνεργάτες μιας εταιρείας, που έχουν την ευθύνη της άμεσης επαφής με μια αγορά, διατυπώνουν τις τάσεις, τους ρυθμούς, τις αναπνοές της αγοράς. Για όλους εκείνους, που έχουν άμεση επαφή με την αγορά, είναι φανεροί οι βιορρυθμοί της. Η ΤΑΚΤΙΚΗ, αφορά σε έμπειρα και επαρκώς καταρτισμένα στελέχη δεύτερης γραμμής, τα οποία λειτουργούν σαν επικοινωνιακά αμφίδρομα φίλτρα, μεταξύ των συνεργατών πρώτης γραμμής και των στελεχών με καθήκοντα στρατηγικής. Η ΤΑΚΤΙΚΗ, οφείλει να πάρει τη μορφή ΣΧΕΔΙΩΝ ΠΡΑΞΗΣ, με αυστηρά καθορισμένους στόχους, με άριστη μεθοδολογία, και υπεύθυνους για την υλοποίηση και τον έλεγχο των αποκλίσεων. Η ΤΑΚΤΙΚΗ, αποκτά υπόσταση, μέσω της υλοποίησης που γίνεται με την εγκαθίδρυση συγκεκριμένων διαδικασιών και με τη δημιουργία ομάδων έργου, με αυστηρά προσδιορισμένο, και βραχύβιο χρόνο και στόχο. Η ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ, απαιτεί συνεργάτες με υψηλό βαθμό εκτελεστικότητας, που διευθύνονται από το middle management. Όλα τα ανωτέρω, οφείλουν ν' αποτελούν μέρη ενός πληροφοριακού συστήματος με τη βοήθεια της πληροφορικής και μιας ομάδας Μάνατζερς, που ασχολείται με θέματα ενδοεπιχειρησιακού έργου. Η ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ - αποτίμηση μιας επιχείρησης, έχει να κάνει με το βαθμό και το επίπεδο και του middle management της επιχείρησης. Επιχειρήσεις με υψηλή διάθεση χρόνων και πόρων σε καθαρά εκτελεστικά ή επιτελικά καθήκοντα έχουν άμεση ανάγκη συμβουλευτικών υπηρεσιών τακτικής και υψηλή διάθεση πόρων, για τη δημιουργία η εύρεση των καταλλήλων συνεργατών τακτικής. Το προσωπικό σεμινάριο τακτικής στόχο έχει να καλύψει έναν ευαίσθητο και συχνό παραμελημένο χώρο, που είναι συχνά η αίτια αποτυχίας εξαιρετικά επιτυχημένων στρατηγικών.

8.

8. Η έννοια της συνέργειας υπηρετείται όχι μόνο με τις οικονομίες κλίμακος αλλά στο σύνολο των δυνατών περιοχών ωφελείας.

ΠΡΟΣΟΧΗ! ΟΙ ΠΑΡΟΥΣΕΣ ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΥΨΗΛΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΟΥΔΕΜΙΑ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΤΟ Χ.Α./Χ.Α.Κ. Η ΑΛΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ.

ΑΠΕΥΘΥΝΟΝΤΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΣΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ CLUB ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ ΤΟΥ MONEY SHOW, MONEYLAB

ΚΡΙΣΙΜΕΣ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ

1. ΔΕΝ ΕΠΙΘΥΜΟΥΜΕ ΩΣ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΑΤΟΜΑ Η ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΑΖΗΤΟΥΝ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ Η “ΕΓΓΥΗΜΕΝΕΣ” ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ. Ο ΑΡΧΙΚΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΣ ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΕΙΝΑΙ “BEYOND 2031”.
2. ΟΣΑ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ, ΣΤΑ ΚΕΙΜΕΝΑ ΠΟΥ ΠΡΟΗΓΗΘΗΚΑΝ, ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΙ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΑΠΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΓΙΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΥΣ Η ΑΣΗΜΑΝΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΝΑ ΑΠΟΔΕΙΧΤΟΥΝ ΕΚΤΟΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.
3. ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ-ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΗ ΕΠΟΧΗ ΜΑΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΣΥΧΝΑ «ΑΣΥΜΜΕΤΡΕΣ ΑΠΕΙΛΕΣ» ΠΟΥ ΑΛΛΟΙΩΝΟΥΝ ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ ΟΔΗΓΟΥΝ ΣΕ ΑΠΟΤΥΧΙΑ.
4. Η ΚΟΙΝΗ ΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙ Η ΣΤΟΙΧΕΙΩΔΗΣ ΣΥΝΕΣΗ ΛΕΕΙ ΟΤΙ ΔΕΝ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΣΤΗΡΙΞΕΤΕ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΣΑΣ Η ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ ΣΑΣ ΜΟΝΟ Η ΚΑΤΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΔΙΚΑ ΜΑΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΛΑΝΑ.
5. ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΟΝΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΒΑΣΙΚΟΥ ΜΕΤΟΧΟΥ κ ΗΛΙΑ ΦΑΡΑΓΓΙΤΑΚΗ-Ο ΟΠΟΙΟΣ ΕΧΕΙ ΓΕΝΝΗΘΕΙ ΤΟ 1958-ΚΑΙ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΑΝΩΤΑΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ. ΑΝ ΥΠΑΡΞΕΙ ΣΟΒΑΡΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΥΓΕΙΑΣ Η ΖΩΗΣ ΤΟΥΣ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ 12 ΧΡΟΝΙΑ ΠΙΘΑΝΟΝ ΟΙ ΛΟΙΠΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΝΑ ΑΔΥΝΑΤΟΥΝ ΝΑ ΔΙΟΙΚΗΣΟΥΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΑ ΤΟ ΕΡΓΟ ΤΟΥ ΟΡΑΜΑΤΟΣ “VISION 2030” .
6. ΕΠΕΙΔΗ ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΜΑΣ ΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΧΩΡΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ-ΚΥΠΡΟ-ΒΑΛΚΑΝΙΑ-ΒΟΡΕΙΑ ΑΜΕΡΙΚΗ, ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ ΚΑΙ ΑΣΙΑ, ΠΙΘΑΝΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΟΠΩΣ ΠΧ ΠΟΛΕΜΟΣ ΕΛΛΑΔΑΣ/ΚΥΠΡΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΥΡΚΙΑ, ΧΡΕΟΚΟΠΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ/ΚΥΠΡΟΥ/ΤΟΥΡΚΙΑΣ, ΚΑΤΑΡΡΕΥΣΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΖΩΝΗΣ, ΚΑΤΑΡΡΕΥΣΗ ΤΩΝ ΗΠΑ Η ΤΗΣ ΚΙΝΑΣ-ΑΣΙΑΣ Η ΑΛΛΟ ΜΗ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΓΕΓΟΝΟΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΟΔΗΓΗΣΟΥΝ ΣΕ ΠΛΗΡΗ ΑΠΟΤΥΧΙΑ Η ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ. ΜΗΝ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΚΑΝΕΝΑ ΣΕΝΑΡΙΟ ΑΠΙΘΑΝΟ ΣΕ ΜΙΑ ΕΠΟΧΗ “ΜΑΥΡΩΝ ΚΥΚΝΩΝ” ΚΑΙ ΑΣΥΜΜΕΤΡΩΝ ΑΠΕΙΛΩΝ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΩΝ.
7. ΠΡΟΣΟΧΗ: ΟΣΟ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΩΝ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΣΑΣ -ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΠΙΘΑΝΗ- **ΑΛΛΑ ΟΧΙ ΔΕΔΟΜΕΝΗ ΕΙΣΟΔΟ ΣΕ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ-** ΠΙΘΑΝΩΤΑΤΑ ΔΕΝ ΘΑ ΒΡΕΙΤΕ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ ΠΟΥ ΝΑ ΑΠΟΔΕΧΟΝΤΑΙ ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΠΟΥ ΕΠΙΘΥΜΕΙΤΕ ΓΕΓΟΝΟΣ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΖΗΜΙΩΣΕΙ Η ΚΑΤΑΣΤΡΕΦΕΙ ΟΛΟΣΧΕΡΩΣ Η ΜΕΙΩΣΕΙ ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΝ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΣΑΣ..

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑ ΣΥΜΒΟΥΛΟ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ – ΠΟΥ ΕΜΠΙΣΤΕΥΕΣΤΕ-ΣΕ ΚΑΘΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΡΙΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΤΕ.