

ERMIONIDA MAGAZINE
FREE PRESS

ΤΕΥΧΟΣ 5
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2021

ER MAG

ΑΦΙΕΡΩΜΑ:

ΠΟΡΤΟΧΕΛΙΩΤΙΚΟ
ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ - ΜΙΑ
ΙΣΤΟΡΙΑ ΕΤΩΝ

ER MAG: ENGLISH
EDITION AHEAD

ΧΙΟΝΙΣΜΕΝΗ
ΕΡΜΙΟΝΙΔΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

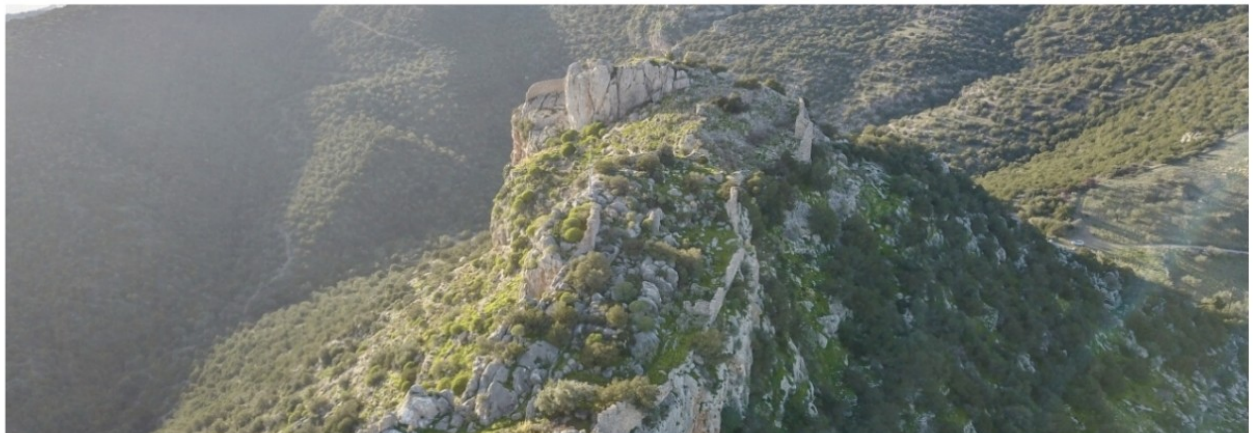
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2021 | ΤΕΥΧΟΣ 5

2. Περιεχόμενα
3. Editorial - Εκδοτικό σημείωμα
- 4 - 5 Χιονισμένη Ερμιονίδα
- 6 - 7 Αφιέρωμα στο Πορτοχελιώτικο Καρναβάλι
8. Κοπή Πρωτοχρονιάτικης Πίτας
9. English edition
10. Συνέντευξη της Μ. Κατσαπρίνη στον Βασίλη Βιτσιλόγιαννη
11. Μόδα, ομορφιά & Υγεία
- 12 - 13 Perfection SS21 - Βασίλης Ζούλιας
- 14 - 15 Tips για πιο ακριβό ντύσιμο
- 16 - 17 Social U
18. Το κόμπλεξ και τα προβλήματα που δημιουργεί - Λίλη Παναγούλια
19. Εμβόλιο: Υποχρεωτικό ή όχι; - Δέσποινα Δημότση
- 20: Αθλητικά - Sport Ermionida



Αρχισυνταξία: @despinadimotsi
Graphics: @despinadimotsi & @roula909
Επιμέλεια graphics: @sophiastoidou
Cover: @despinadimotsi & @iamvassiliosvitsilogiannis
Cover photo: Τζένη Μαρκοπούλου

Συνέντευξη : @iamvassiliosvitsilogiannis
Αθλητικά : Sport Ermionida
Λοιποί συνεργάτες : @liloupa83 @Sophiastoidou, @mydigiwingz @drone_vision_ermionida, @roula909, @miltosioannides , @roula909





EDITORIAL - ΕΚΔΟΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Με την χιονισμένη Ερμιονίδα και ένα αφιέρωμα από παλαιότερες χρονιές στο μοναδικό Πορτοχελιώτικο Καρναβάλι, κυκλοφορεί το πέμπτο μας τεύχος!

Φιλοξενούμε την κ. Μαίρη Κατσαπρίνη (marketing director) και κάνουμε μία εισαγωγή για την μελλοντική μας Αγγλική έκδοση η οποία έχει σκοπό να κάνει γνωστές τις ομορφιές του τόπου μας παγκοσμίως.

Τα μυστικά για να κάνετε το look σας να φαίνεται ακριβό παρουσιάζονται στην στήλη fashion!

ΔΔ

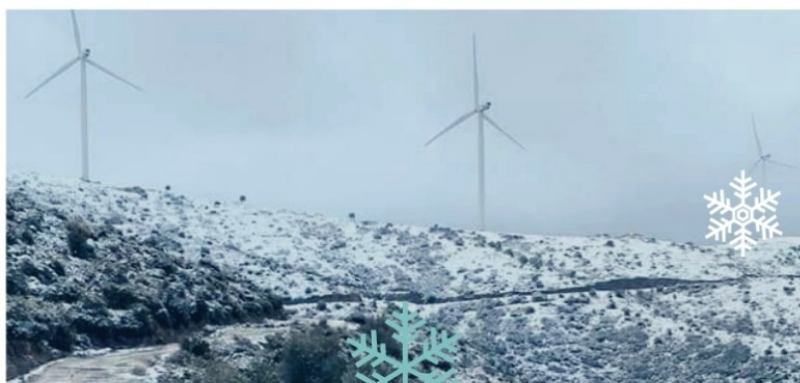
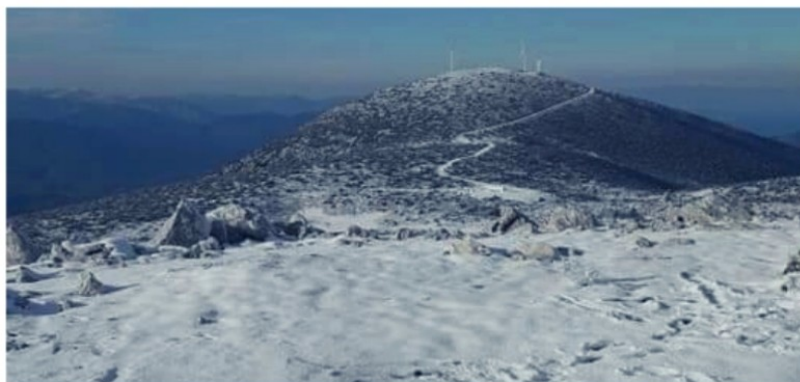
ΧΙΟΝΙΣΜΕΝΗ ΕΡΜΙΟΝΙΔΑ

FEBRUARY 2021



Η Ερμιονίδα ντύθηκε
στα λευκά

Ιανουάριος χωρίς χιόνια
δε γίνεται και μόλις η
περιοχή ντύθηκε στα
λευκά μικροί και μεγάλοι
έτρεξαν να απολαύσουν το
υπέροχο τοπίο.



Οι φωτογραφίες είναι από τους
αναγνώστες μας!

email:
ermionidamagazine@gmail.com

Ενέργειες εκχιονισμού επαρχιακής οδού

Η σφοδρή χιονόπτωση αντιμετωπίστηκε άμεσα με τις προγραμματισμένες ενέργειες της αρμόδιας Υπηρεσίας του Δήμου Ερμιονίδας.

Η επιχείρηση αποχιονισμού στέφτηκε με πλήρη επιτυχία αφού σε σύντομο χρονικό διάστημα αποχιονίστηκε και δόθηκε με ασφάλεια στην κυκλοφορία το εν λόγω οδικό δίκτυο.

Κατά την επιχείρηση έγινε ρυμούλκηση ακινητοποιημένων οχημάτων, απόξεση της οδού και διασκορπισμός άλατος.

Η επιτήρηση του οδικού δικτύου συνεχίστηκε καθ'όλη τη διάρκεια της νύχτας και περατώθηκε τις πρωινές ώρες, οπότε διαπιστώθηκε ότι η κυκλοφορία της οδού ήταν ασφαλής.

Τέλος, προς ενίσχυση των αποθεμάτων αλατιού ο Δήμος Ερμιονίδας αιτήθηκε, παρέλαβε και μετέφερε από την έδρα της Π.Ε. Αργολίδας αρκετά μεγάλης ποσότητας αλατιού προς ενίσχυση των αποθεμάτων του.

ermionida.gr



ΑΦΙΕΡΩΜΑ : ΠΟΡΤΟΧΕΛΙΩΤΙΚΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ - ΜΙΑ ΙΣΤΟΡΙΑ ΕΤΩΝ

Το Πορτοχελιώτικο Καρναβάλι - το οποίο πλέον έχει τριανταρήσει - είναι εδώ και χρόνια από τα πιο γνωστά σε όλη την χώρα.

Κάθε χρόνο μικροί και μεγάλοι οργανώνουν αυτήν την καταπληκτική εκδήλωση και δίνουν μεγάλη σημασία στα κουστούμια, στα άρματα αλλά και γενικότερα σε όλες τις υπόλοιπες λεπτομέρειες από την παρουσίαση μέχρι και ολόκληρη την παρέλαση.

Φέτος όπως και πέρσι, το Καρναβάλι ματαιώθηκε λόγω των συνθηκών που διανύουμε αλλά θα επανέρθει πολύ πιο οργανωμένο για να θυμίσει σε μικρούς και μεγάλους πως πάντα με συμμετοχή και δυναμισμό μπορούμε να βρεθούμε στο τοπ των εκδηλώσεων όλης της Ελλάδας. Και το Πόρτο Χέλι το έχει ήδη πετύχει αυτό!



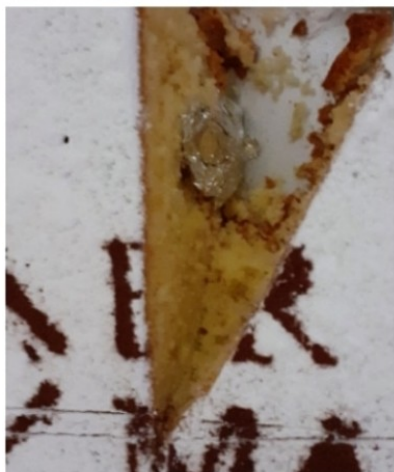
Από τη δεκαετία του 90 ξεκινάει δευλά δευλά το Πορτοχελιώτικο Καρναβάλι όπου σταθερά χρόνο με χρόνο εξελίσσεται καθώς όλο και περισσότερες ομάδες προστίθενται αλλά και οι συμμετέχοντες δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στη λεπτομέρεια των κουστουμιών. Ο κόσμος της Ερμιονίδας αγκαλιάζει την εκδήλωση καθώς και οι επισκέπτες, οι οποίοι το τριήμερο της Αποκριάς επιλέγουν την Ερμιονίδα για τις μίνι- διακοπές τους! Η σεζόν μοιάζει σαν να ξεκινάει για κάποιους επιχειρηματίες το τριήμερο αυτό.

Κάπως έτσι το Πόρτο Χέλι βρίσκεται στο επίκεντρο αλλά και την κορύφωση των εκδηλώσεων του Δήμου μαζί με τις υπόλοιπες περιοχές που οργανώνουν τις δικές τους εκδηλώσεις.

Η Κυριακή όμως πριν την Καθαρά Δευτέρα ανήκει πάντα στο Πόρτο Χέλι και το δυναμικό Πορτοχελιώτικο Καρναβάλι!

Φωτογραφίες : Sport-Ermionida, Eikonoskopionews, Enimerwsi2.

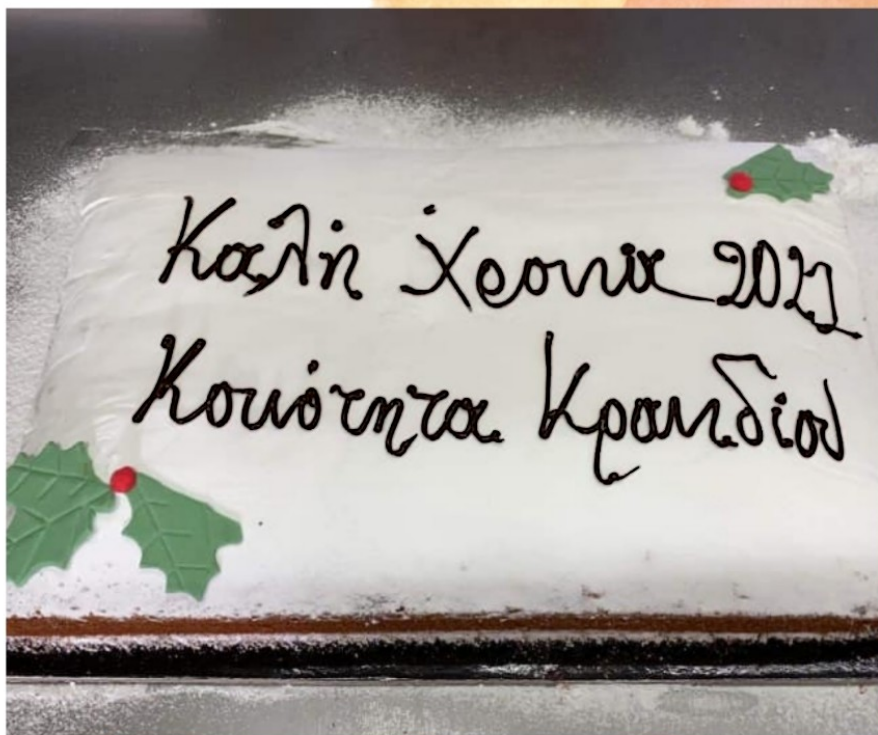




Η ομάδα του Ermionida Magazine έκοψε την Πρωτοχρονιάτικη Πίτα για το 2021 και σας εύχεται υγεία και πολλές επιτυχίες!



Η **Κοινότητα Κρανιδίου** με πρωτοβουλία του Προέδρου Νίκου Αντώνιοζα και των μελών της, λόγω των συνθηκών και των περιοριστικών μέτρων που έχουν ληφθεί για την ασφάλεια όλων μας, δεν έκοψε την Πρωτοχρονιάτικη Πίτα. Αντ'αυτού την Παρασκευή 29/01, πρόσφερε βασιλόπιτα στους 20 πρώτους που προσήλθαν στα 5 ζαχαροπλαστεία του Κρανιδίου. Οι τυχεροί που βρήκαν το φλουρί παρέλαβαν τα δώρα επιτόπου από το ζαχαροπλαστείο.



ENGLISH EDITION AHEAD

ERMIONIDA "THE GREEK RIVIERA"

Welcome to the region of Ermionida, Greece. A place of interest that combines both summer and winter vacation. Although in summer there are a lot of attractions, in winter the visitor can roam around the mountainous area! Anytime it is a great time of the year to take a break in Ermionida! Its inherent or an exhibited natural or cultural value, historical significance, natural or built beauty, offers leisure and amusement.

ER MAG LOCATION

Our Magazine is located in Ermionida region, but it has a variation of articles beyond the borders of the municipality. Social and political articles, interviews and fashion trends! Anyone who wants to read the latest news of Ermionida as well as the current news from all around the world, they can find us online on **www.ermionidamagazine.wordpress.com**.

Our issues are available in pdf (free download edition) or in slides (online edition). Enjoy reading...!



CONTACT

Send your e-mail at **ermionidamagazine@gmail.com**

Follow our social media on Instagram and Facebook.

Stay in touch; tell us your ideas, so we can make this magazine your reading pad.

WWW.ERMIONIDAMAGAZINE.WORDPRESS.COM

Συνέντευξη της Μαίρης Κατσαπρίνη στον Βασίλη Βιτσιλόγιαννη



[@mkatsaprinis](#) [@iamvassiliosvitsilogiannis](#)

Η κυρία Μαίρη Κατσαπρίνη είναι έμπειρη επαγγελματίας στο Strategic Marketing, Communications & PR με ενασχόληση σε άκρως ανταγωνιστικούς τομείς της Ελληνικής αγοράς, όπως Retail, IT, Telecoms, Media & Events Management. Συνδυάζοντας το MBA με εξειδίκευση στο Marketing, που απέκτησε το 2004 και την πολυετή εμπειρία της, έχει αποκτήσει βαθιά γνώση σχετικά με όλες τις πτυχές του Marketing και της Εξυπηρέτησης του Πελάτη. Από το 1993, με επαγγελματική εμπειρία σε κομβικές θέσεις Marketing & Management, η πελατοκεντρική φιλοσοφία της αποτελεί βασικό συστατικό για την επιτυχία στις εταιρίες όπου εργάστηκε, όπως Proad O&M Direct, Multirama-Germanos Group, Altec Telecoms, Peoplecert-ECDL and City & Guilds, Epson, Ethos Media.

Παρακολουθώντας τις εξελίξεις στην Επικοινωνία και αντιλαμβανόμενη τη δύναμη του Internet ως μαζικό μέσο επικοινωνίας αξιοποίησε από νωρίς τα ψηφιακά εργαλεία και μέσα προβολής και διαφήμισης στην προσέγγιση του κοινού-στόχου. Το 2016, με το δίπλωμα στα Social Media & Internet Marketing, απέκτησε την εξειδικευμένη γνώση που απαιτείται για την εφαρμογή των νέων εργαλείων σχεδιασμού και υλοποίησης της προβολής μέσω του Internet και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Σήμερα κατέχει τη θέση Marketing Director στην εταιρεία Skywalker, πλατφόρμα αναζήτησης και εύρεση εργασίας στην Ελλάδα, με βασικούς άξονες ενασχόλησης στο σχεδιασμό και την υλοποίηση των εκδηλώσεων που αφορούν στην Εκπαίδευση, στην Εργασία, στην Επιχειρηματικότητα, στον Εθελοντισμό και τις Ερασιτεχνικές ασχολίες. Η πρόκληση που διαχειρίζεται είναι η επικοινωνία της σύγκλισης αναγκών με τα προϊόντα-υπηρεσίες που τις καλύπτουν, με τρόπο άμεσο και ανθρωποκεντρικό. (Facebook account: Mary Katsaprinis Instagram: mkatsaprinis LinkedIn: Mary Katsaprinis YouTube: Mary Katsaprinis)

**Παρακολουθήστε την
συνέντευξη στο Youtube
πατώντας το banner**





Έρθε ο Φεβρουάριος κ νά' μαστε πάλι εδώ.

Η μέρα μεγάλωσε ο χειμώνας όσο νά' ναι βαδίζει προς το τέλος του και παρ' όλο που ο κορονοϊός δηλώνει ακόμα παρών, εμείς χαμογελάμε και περιμένουμε την Άνοιξη που θα έρθει όπως και νά' χει. Και μεταφορικά και πραγματικά. Χαμόγελο και πάμε ν αρχίσουμε λοιπόν.

1) Ένα camel παλτό all time classic επιβάλλεται να υπάρχει στην ντουλάπα μας. Πηγαίνει με όλα τα χρώματα και είναι ευκολόφορετο απ' το πρωί ως το βράδυ.

2) "Επιλέξτε ένα και μόνο ένα μέρος του σώματος σας για να δείξετε γυμνό" συμβουλεύει ο στυλίστας της Αντζελίνα Τζολί." Αν υπάρχει οποιοδήποτε σχίσμο στο πάνω ρούχο, μη δείξετε επιπλέον ΚΑΙ τα πόδια σας. Αν δείξετε τα πόδια σας, κρατήστε το πάνω μέρος καλυμμένο."

3) Αν είναι στενά τα καινούργια σας παπούτσια, φορέστε τα μερικές ώρες στο σπίτι με υγρές κάλτσες και το δέρμα τους θα ανοίξει.

4) Ξέρετε ότι το πολύτιμο μέλι που τόσο ευεργετικό είναι για τον οργανισμό μας, είναι το μόνο τρόφιμο που δεν χαλάει; Βρέθηκε μέλι στους τάφους των Αιγυπτίων Φαραώ, το οποίο δοκίμασαν οι αρχαιολόγοι και δήλωσαν ότι ήταν βρώσιμο.

5) Θέλετε πλούσια μαλλιά με όγκο και λάμψη; Αποφύγετε τα χημικά προϊόντα κ χρησιμοποιείτε σαμπουάν με καφεΐνη και με φυτικές βάσεις.



ΑΥΤΑ ΑΠΟ ΜΕΝΑ ΚΑΙ ΑΥΤΗ ΤΗ ΦΟΡΑ.

ΜΗΝ ΞΕΧΝΑΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΟΣΟ ΜΠΟΡΕΙΤΕ Ό,ΤΙ ΣΑΣ ΔΙΝΕΙ ΧΑΡΑ. ΜΕΧΡΙ ΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΜΑΣ ΝΑ ΠΡΟΣΕΧΕΤΕ ΕΣΑΣ. ΠΟΛΛΑ ΦΙΛΙΑ Κ ΧΑΜΟΓΕΛΑ. ΜΕ ΑΓΑΠΗΡΟΥΛΑ

”Perfection” SS21

Η νέα συλλογή “Perfection” SS21 του Βασίλη Ζούλια

Οι νέες τάσεις της μόδας είναι εδώ. Ο Βασίλης Ζούλιας και ο Περικλής Κονδυλάτος εμπνεύστηκαν αυτή τη φορά από τον μαξιμαλισμό και την πολυτέλεια των 90's.

Δημιούργησαν μια συλλογή που ισορροπεί με μαεστρία ανάμεσα σε δύο κόσμους, στα πολυτελή show του Lacroix εκείνη την περίοδο και στις Βερσαλλίες λίγο πριν την επανάσταση. Τα υφάσματα μπροκάρ, εμπριμέ και μονόχρωμα με σταθερή αίσθηση δημιουργώντας όγκους άλλοτε σε υπερβολικά ογκώδη μανίκια, μακριές ουρές και υπερμεγέθεις φιόγκους. Οι φιόγκοι επικράτησαν στην νέα συλλογή καθώς και τα ευφάνταστα κοσμήματα που στόλιζαν με vintage πορσελάνινα αγαματάκια εποχής τα φορέματα.





"Perfection" SS21



ΤΑ ΜΥΣΤΙΚΑ ΓΙΑ ΝΑ ΚΑΝΕΙΣ ΤΟ LOOK ΣΟΥ ΝΑ ΔΕΙΧΝΕΙ ΠΙΟ ΑΚΡΙΒΟ



ΥΦΑΣΜΑΤΑ: ΤΑ ΜΑΤΙΑ ΣΟΥ ΣΤΗ ΣΥΝΘΕΣΗ

Η ετικέτα που μετράει πραγματικά σε ένα κομμάτι, όποια κι αν είναι η τιμή του, είναι εκείνη της σύνθεσης του υλικού. Τα φθηνά υφάσματα είναι και φαίνονται! Ό,τι περιέχει περισσότερο από 20% συνθετικό σπάνια είναι καλή περίπτωση. Τα τούντ, τα λινά, το faux suede και τα βαμβακερά ανήκουν στα είδη που πολύ συχνά δείχνουν πιο ακριβά και επιζούν περισσότερες από μία φορές από τη δοκιμασία του πλυντηρίου. Μείνε μακριά από ρεγιόν και ακρυλικά και επένδυσε στα πολυεστερικά κατά περίπτωση.

ΕΦΑΡΜΟΓΗ: ΦΕΡ' ΤΟ ΣΤΑ ΜΕΤΡΑ ΣΟΥ

Ό,τι δεν πέφτει σωστά είναι πάνω σου σαν δανεικό. Και όχι! Ένα ντεκολτέ ή μια μέση που πλέει δεν εμπίπτει στην τάση του oversized, αλλά είναι σε λάθος νούμερο. Η επίσκεψη στη μοδίστρα για διορθώσεις που θα τελειοποιήσουν την εφαρμογή στο σώμα σου επιβάλλεται. Και μια που θα βρεθείς εκεί, ζήτησέ της να σου ξαναγαζώσει ένα τυχόν κακοραμμένο φερμουάρ, στρίψωμα ή ρεβέρ. Να θυμάσαι ότι γενικά η κακή ραφή καταστρέφει και το ωραιότερο πατρόν ή ύφασμα.

ΚΟΥΜΠΙΑ & CO: ΣΕ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΤΗ

Είναι κυρίως πλαστικά. Αλλά πλαστικό από πλαστικό έχει διαφορά και οπωσδήποτε ένα κομμάτι των 30 ευρώ δύσκολα διαθέτει την καλύτερη απομίμηση κοκάλινων ή κουμπιών από φίλντισι. Μπες στον κόπο να τα αλλάξεις αναβαθμίζοντας με μία κίνηση το πουκάμισο ή το shirt dress σου. Απόφυγε τα καθρεφτέ και τα στρας και εξέτασε καλύτερα όσα έχουν πέρλες. Κανείς δεν υποθέτει πως είναι αληθινές, όμως δε χρειάζεται να δείχνουν τόσο ψεύτικες! Το ίδιο, φυσικά, ισχύει και για τα διακοσμητικά στοιχεία στα ρούχα και τα faux κοσμήματα. Όσον αφορά τα φερμουάρ, τα πλαστικά είναι πιο ελαφριά από τα μεταλλικά και δεν "τραβάνε", ενώ μπορούν να γίνουν πραγματικά αόρατα κρυμμένα πίσω από πατιλέτες και ανάμεσα σε πιέτες.

ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΜΗΝ ΕΧΟΥΝ ΤΗΝ ΕΤΙΚΕΤΑ ΚΑΠΟΙΟΥ LUXURIOUS BRAND, ΟΜΩΣ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΤΡΙΚ ΓΙΑ ΝΑ ΚΑΝΕΙΣ ΤΑ ΡΟΥΧΑ ΣΟΥ ΝΑ ΜΟΙΑΖΟΥΝ ΣΑΝ ΝΑ ΕΧΕΙΣ ΚΑΤΑΞΟΔΕΥΤΕΙ!

Δεν είναι δύσκολο, αρκεί να γνωρίζεις τις λεπτομέρειες που κάνουν ένα ρούχο να δείχνει φθηνό - ακόμα κι αν δεν είναι πολύ οικονομικό- και ποιες το βοηθούν να μοιάζει σίγουρα πολύ ακριβότερο απ' ό,τι σου κόστισε πραγματικά. Τι μπορείς να κάνεις, λοιπόν, για να αποκτήσει η εμφάνισή σου τη σικάτη αύρα της δούκισσας του Sussex Meghan, η οποία αναδεικνύεται σε αληθινή βασίλισσα του στυλ είτε επιλεγώντας Givenchy είτε H&M;



By madamefigaro.gr



Έχουν πάντα κάτι κραυγαλέο, που δεν μπορεί να συγκριθεί με την άποψη μιας ψαγμένης στάμπας στο T-shirt σου, κι ας είναι no name. Τα logos αποτελούν fashion statement, όταν πράγματι ανήκουν σε έναν οίκο πολυτελείας, όπως οι Chanel, Louis Vuitton και Dior, δηλώνοντας ταυτόχρονα και την τιμή τους. Διαφορετικά, πείθουν τους πάντες ότι είναι "μαϊμούδες".

ΑΞΕΣΟΥΑΡ: ΑΠΛΑ, ΑΠΛΟΥΣΤΕΡΑ, ΣΚΕΤΑ!

*Τσάντα. Το αυθεντικό δέρμα δε χρειάζεται συστάσεις, αλλά τις περισσότερες φορές απαιτείται ένας μισθό και βάλε για να κάνεις δική σου μια πολύ καλή δερμάτινη τσάντα. Ευτυχώς για σένα, κυκλοφορούν εξαιρετικά ποιοτικές δερματίνες και σε εξαιρετικές τιμές. Απόφυγε κεντήματα, κρόσσια και γενικά στολίδια που σύντομα είτε θα ξεφτίσουν, είτε θα σκουριάσουν, είτε θα χάσουν τη χρυσαφιά τους απόχρωση προδίδοντας την ταπεινή καταγωγή τους. Ο νόμος του No Logo ισχύει και εδώ. Όσο πιο σκέτη και σε neutral χρώμα είναι μια τσάντα τόσο πιο ακριβή δείχνει.

* Παπούτσια. Δεν είναι τυχαίο που οι κλασικές μυτερές γόβες πάνε παντού και με τα πάντα! Κράτησε τα παπούτσια σου καθαρά, περιποιήσου τυχόν γδαρσίματα στις μύτες ή στα τακούνια και άλλαζε συχνά τις απολήξεις τους. Επίσης, ένα μωρομάντιλο θα κάνει θαύματα με τα λευκά σου sneakers. Τα απεριποίητα και βρόμικα παπούτσια είναι αληθινή καταστροφή, ακόμα κι αν τα έχεις χρυσοπληρώσει. s.

* Κοσμήματα. Όσο καλής ποιότητας κι αν είναι, τα στρας δεν μπερδεύονται ποτέ με τα διαμάντια ή με τις αληθινές πέτρες. Διακριτικές επιλογές και απλές γραμμικές φόρμες σε απαλούς τόνους του χρυσού χωρίς μεγάλες χρωματιστές πέτρες θα μπερδέψουν τους πάντες!

* Γυαλιά. Ηλίου ή οράσεως, αξίζουν να επενδύσεις έτσι κι αλλιώς κάποια ευρώ παραπάνω, αφού, πρώτα απ' όλα, προστατεύουν τα μάτια σου. Επένδυσε σε παραλλαγές από κλασικές φόρμες, όπως τα τετράγωνα ή τα διακριτικά cat eyes, στο μαύρο και στην ταρταρούγα και απόφυγε χρωματιστούς φακούς και flashy σκελετούς από πλαστικό, εκτός κι αν είσαι σέρφερ.

Η σημασία του clean look

Δεν είναι μόνο η επιλογή των ρούχων. Για να δείχνει το σύνολο φροντισμένο, οφείλεις να είσαι κι εσύ περιποιημένη κι ας βγήκες με φόρμα ή τζιν και αθλητικά. Το –αν όχι διακριτικό, πάντως ισορροπημένο– καθαρό μακιγιάζ (οι τόνοι τirkουάζ σκιάς ανήκουν για πάντα στα '70s), το φροντισμένο χτένισμα και τα περιποιημένα νύχια είναι must. Δεν είναι ανάγκη να μην πετάει τρίχα από τα μαλλιά σου, αλλά να είναι σωστά κομμένα και υγιή, χωρίς ίχνη από τις περσινές ανταύγειες. Όσο για το μανικιούρ, αρκέσου σε ένα nude απόχρωσης ώστε η αναπόφευκτη φθορά του να μην είναι ορατή – θυμήσου τη Meghan και ξέχνα τα πολύ μακριά και πολύχρωμα νύχια. Όταν το σύνολο είναι αρμονικό και όχι φορτωμένο ή υπερβολικό, είναι σίγουρο ότι θα δείχνεις υπέροχη. Και, το πιο σημαντικό, θα νιώθεις πως αξίζεις 1 εκατομμύριο ευρώ κι ας μην το φοράς!





Τι είναι το «Digital Marketing - Ψηφιακό Μάρκετινγκ» και γιατί πρέπει κάθε επιχείρηση να προσλάβει ένα Digital Marketing Agency για την ψηφιακή προώθηση και προβολή της;

Έχεις επιχείρηση και θέλεις να την προβάλεις, με στόχο να αυξήσεις τις πωλήσεις σου, μέσα από τις δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία και το διαδίκτυο; Τότε η ψηφιοποίηση και η χρήση του Ψηφιακού Μάρκετινγκ είναι μονόδρομος. Και για να είμαστε πιο συγκεκριμένοι, με τον όρο Ψηφιακό Μάρκετινγκ εννοούμε κάθε ενέργεια που κάνει μια επιχείρηση για την προβολή προϊόντων και υπηρεσιών και την αύξηση του πελατολογίου μέσα από το διαδίκτυο χρησιμοποιώντας εξειδικευμένα εργαλεία.

Ενώ ως τώρα οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούσαν τους παραδοσιακούς τρόπους μάρκετινγκ, (έντυπη διαφήμιση, προβολή σε περιοδικά, ραδιόφωνο, τηλεόραση κλπ), πλέον έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες του διαδικτύου για να πετύχουν τους διαφημιστικούς τους στόχους.



Τα τελευταία χρόνια, ιδίως, τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται στο διαδίκτυο (online tools) για την προβολή των προϊόντων και υπηρεσιών, γίνονται όλο και πιο εξειδικευμένα, περίπλοκα και γύρω τους έχει εξελιχθεί ολόκληρη επιστήμη. Αυτό σημαίνει, πως για να έχει μια επιχείρηση μια ολοκληρωμένη παρουσία, προβολή και προώθηση στο διαδίκτυο χρειάζεται μια ομάδα από εξειδικευμένους επαγγελματίες στο χώρο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ. Σκεφτείτε την ομάδα του Ψηφιακού Μάρκετινγκ ως μια συμφωνική ορχήστρα, όπου κάθε μέλος παίζει το δικό του μουσικό όργανο, έτσι ώστε να βγει η τελική μουσική σύνθεση με ένα άρτιο αποτέλεσμα, με τον ίδιο τρόπο κάθε ένας αναλαμβάνει το δικό του ρόλο έτσι ώστε να επιτευχθεί μια αποτελεσματική προβολή, προώθηση και παρουσίαση της εταιρείας στο διαδίκτυο.

Ας δούμε αναλυτικά παρακάτω ποιες ενέργειες περιλαμβάνει το **Ψηφιακό Μάρκετινγκ**:

1). Social Media Marketing / Ads

Όλοι γνωρίζουμε πλέον πως οι χρήστες των social media αφιερώνουν αρκετές ώρες την ημέρα σε αυτά κυρίως για ψυχαγωγία και επικοινωνία αλλά και για αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών. Για το λόγο αυτό κάθε επιχείρηση χρειάζεται να έχει μια καθημερινή προώθηση (Χορηγούμενες διαφημίσεις) και προβολή σε ένα ή περισσότερα social media(πχ Facebook, Instagram). Με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση προσελκύει το ενδιαφέρον των χρηστών που στοχεύει με τελικό σκοπό να επιτύχει την πώληση μέσα από την ιστοσελίδα ή το eshop της.

2). Google Ads Marketing

Google Ads ονομάζουμε τη δημιουργία διαφημίσεων μίας επιχείρησης μέσω της Google με σκοπό να αυξήσει τη διαδικτυακή της παρουσία, το πελατολόγιο αλλά και τις πωλήσεις της. Η επιτυχία περνάει μέσα από μία πολύπλοκη διαδικασία ρύθμισης της κάθε διαφήμισης στη Google, έτσι ώστε να συμβαδίζει με τους κανόνες του αλγόριθμου της πλατφόρμας, έτσι ώστε να μας κατατάξει στις πρώτες θέσεις των αποτελεσμάτων των εκάστοτε λέξεων-κλειδίων που χρησιμοποιήθηκαν στην αναζήτηση του χρήστη.

3). Email, SMS & Viber Marketing

Η προσέλκυση υποψήφιων πελατών και οι πωλήσεις μπορούν να επιτευχθούν με μία σειρά ενεργειών με τη χρήση email ή μηνυμάτων SMS. Στην πρώτη περίπτωση μια επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να στέλνει μαζικά ενημερωτικά email σε ήδη υπάρχοντες πελάτες έτσι ώστε να επιτύχουν επαναλαμβανόμενη πώληση. Διαφορετικά μέσω ειδικής καμπάνιας μπορούν να λάβουν νέα email υποψήφιων πελατών έτσι ώστε να προβάλουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Κάτι ανάλογο γίνεται και μέσω SMS,



μόνο που εδώ στέλνουμε μόνο ένα μικρό κείμενο και όχι εικόνες και βίντεο όπως στο email. Στο Viber η προώθηση γίνεται πάλι μέσω κινητού (και υπολογιστή) μόνο που υπάρχει η δυνατότητα αποστολής εικόνων και βίντεο.

4). Content Marketing

Κάθε ενέργεια του Digital Marketing που χρησιμοποιεί στοιχεία περιεχομένου (όπως εικόνες, blog, βίντεο κ.α.) για την ενίσχυση της επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας, του eshop σου αλλά και της αναγνωρισιμότητας του brand σου ονομάζουμε Content Marketing.

5). S.E.O - Search Engine Optimization

SEO- Βελτιστοποίηση Μηχανής Αναζήτησης ή αλλιώς πως θα κάνουμε την πλατφόρμα της Google να μας «αγαπήσει» και να μας κατατάξει στις πρώτες θέσεις αναζήτησης χωρίς να πληρώσουμε. Εδώ αναφερόμαστε σε μια ολόκληρη επιστήμη που περιλαμβάνει όλες τις παραπάνω ενέργειες του Ψηφιακού Μάρκετινγκ αλλά και πολύ περισσότερες (που χρειάζεται νέο άρθρο για να αναλύσουμε) έτσι ώστε να είμαστε στην κορυφή κάθε αναζήτησης. Το SEO είναι μια πολύ δύσκολη, χρονοβόρα και περίπλοκη διαδικασία που απαιτεί εξειδικευμένους επαγγελματίες για να επιτύχουμε τα επιθυμητά αποτελέσματα.

6). Ιστοσελίδα / Eshop

Απαραίτητη προϋπόθεση για όλα τα παραπάνω είναι η ύπαρξη εταιρικής ιστοσελίδας ή eshop έτσι ώστε κάθε ενέργεια του Digital Marketing να διοχετεύει υποψήφιους πελάτες σε αυτό και από εκεί μέσα να επιτυγχάνονται οι πολυπόθητες πωλήσεις.

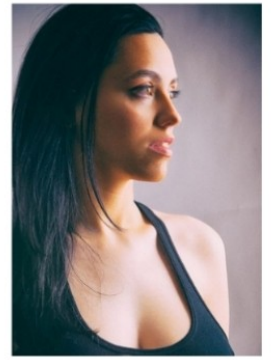
Το Digital Marketing είναι μια επένδυση για κάθε επιχείρηση και όσο το συντομότερο καθιερώσει ολοκληρωμένη στρατηγική σε αυτό τόσο το συντομότερο θα δει τους πελάτες και τις πωλήσεις να αυξάνονται.

Εάν θέλετε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το Ψηφιακό Μάρκετινγκ και πως θα βοηθήσει την επιχείρησή σας να αυξήσει τις πωλήσεις στείλτε μου μήνυμα sophiastoidou@gmail.com



Το κόμπλεξ και τα προβλήματα που δημιουργεί.

Γράφει η Λίλη Παναγούλια: @liloura83



Να ψοφήσει η κασίκα του γείτονα... μια έκφραση που έχει βγει από την Ελλάδα και χρησιμοποιείται στην Ελλάδα για να περιγράψει με πολύ ευθύ τρόπο το πώς σκέφτονται ορισμένοι, για να μη πω η πλειοψηφία, Έλληνες. Μιλάμε για έναν εντελώς λάθος τρόπο σκέψης! Ποιοι σκέφτονται έτσι? Άτομα που αισθάνονται μειονεκτικά – κομπλεξικά απέναντι σε άλλα άτομα. Γιατί αισθάνονται έτσι? Γιατί πολύ απλά δεν έχουν στόχους και δεν έχουν τα κότσια για να δημιουργήσουν οπότε αντί να θέλουν να ανέβουν αυτοί προτιμούν τον εύκολο δρόμο να ρίξουν τους άλλους. Εύκολα πέφτεις δύσκολα σηκώνεσαι!

Η νοοτροπία όμως αυτή δεν έχει κάνει κακό σε αυτούς που θέλουν να ρίξουν αυτούς που κάτι έχουν πετύχει στη ζωή τους, αλλά σε αυτούς που διακατέχονται από κόμπλεξ και τεμπελία. Και εξηγούμαι... αν φτάσει σε σημείο να έχει πρόβλημα κάποιος που βρίσκεται οικονομικά καλά και έχει επιχείρηση που πήγαινε καλά, αυτό θα σημαίνει πως εσύ που είσαι ο οικονομικά αδύναμος και που εξαρτάσαι από αυτή την επιχείρηση θα είσαι σε πολύ χειρότερο σημείο αφού θα χάσεις πχ τη δουλειά σου πριν καν φτάσει η επιχείρηση να έχει τόσο μεγάλο πρόβλημα. Η καινούργια δικαιολογία σε όλο αυτό το παραλήρημα είναι: εδώ ο κόσμος πεινάει και ο άλλος πχ ανοίγει μαγαζί με πολυτελή αμάξια!!!

Και κάπου εδώ θυμάμαι τη δήλωση Τσιτσιπά περί Harrods που έπεσαν όλοι να τον φάνε με αυτή ακριβώς τη δικαιολογία χωρίς να σκεφτούν πόσος κόσμος θα δουλέψει εκεί αν ανοίξει μια τέτοια επιχείρηση. Η δικαιολογία? Θα κλείσουν οι μικρές επιχειρήσεις, κάτι που δεν ισχύει γιατί αυτός που είναι για να ψωνίσει εκεί είναι και αυτός που δεν θα πάει στη μικρή επιχείρηση να ψωνίσει αλλά αυτός που θα πεταχτεί Λονδίνο προκειμένου να ψωνίσει από εκεί! Καταλάβετε όμως στην περίπτωση Τσιτσιπά ποιο ακριβώς είναι το πρόβλημά τους? Το πρόβλημά τους λοιπόν είναι ότι αυτό το παιδί βγάζει πολλά λεφτά και βρήκαν ευκαιρία να ρίξουν λίγο λάσπη, σε ένα παιδί που κάνει περήφανη τη χώρα χωρίς να έχει φάει λεφτά της χώρας, σε αντίθεση με πολλούς από αυτούς που βρίσκονται με απλήρωτα δάνεια και πακέτα που αντί να πέσουν στις δουλειές τους έγιναν πολυτελή αμάξια. Γιατί πήγε αυτός όμως μπροστά και όχι οι άλλοι? Γιατί πολύ απλά αυτός έβαλε στόχο να γίνει κάτι και όχι να φάει τους άλλους! Γιατί αυτός δούλεψε σκληρά και τα κατάφερε, δεν περίμενε βοήθεια ούτε από το κράτος ούτε ήταν γόνος οικογένειας με λεφτά.

Ποιο είναι το γενικό συμπέρασμα? Βάλτε στόχους στη ζωή σας και προσπαθήστε να τους πετύχετε μόνο έτσι θα αποφύγετε το κόμπλεξ και μόνο έτσι το πατίνι θα γίνει αμάξι ή στη χειρότερη περίπτωση ποδήλατο! Αν πάτε με τη λογική να ψοφήσει η κασίκα του γείτονα το πατίνι απλά θα παραμείνει πατίνι, μη χάσετε ακόμα και αυτό, και το κόμπλεξ θα γίνει το σαράκι που θα σας τρώει καθημερινά!



Δεν μας τα λένε καθόλου καλά παγκοσμίως τα γεγονότα. Όταν και όποτε τους βολεύει αποφασίζουν και διατάζουν - πάντα Δημοκρατικά - για οτιδήποτε αφορά ολόκληρη την ζωή μας είτε αφορά την οικονομία είτε την υγεία μας. Θα μου πείτε αφού είναι επικίνδυνος ο ιός. Είναι;

Ας πούμε ότι ο ιός είναι όντως επικίνδυνος. Άρα δεν θα στολίζαμε την πρωτεύουσα αλλά θα φτιάχναμε ΜΕΘ. Δεν θα δεχόμασταν και "επενδυτές" χωρίς έγγραφα πόσο μάλλον χωρίς βιβλιάρια υγείας, σωστά; Επίσης εμείς οι ίδιοι θα φοβόμασταν αφού θα βλέπαμε να πεθαίνουν στους δρόμους άνθρωποι - πανδημία είναι αυτή τι άλλο να κάνει για να μας πείσει. Μα δεν μας πείθει αυτό είναι το βασικότερο όσα λεφτά και να πάρουν μεγάλα κανάλια και ιστοσελίδες.

Και κάπως αθώα μας πλασάρουν και τα εμβόλια. Χαμός. Εδώ δεκαετίες δεν βρίσκουν άλλες θεραπείες βρήκαν επιτόπου του κορονοϊού και θέλουν παρακαλώ και την υπογραφή μας για παρενέργειες. Και μόλις το κάνουμε - που δεν θα το κάνουμε οι περισσότεροι - θα φοράμε και πάλι μάσκα γιατί ο ιός μεταδίδεται μας λένε. Υποχρεωτικό δεν είναι αλλά οι μη εμβολιασμένοι δεν θα έχουμε πρόσβαση σε όλα. Εντάξει είναι σαν να μας λένε θέλουμε να πουλήσουμε και ταυτόχρονα θέλουμε να μείνουν οι πολυεθνικές μόνο οι υπόλοιποι εξαφανιστείτε. Κατά τ άλλα εμείς είμαστε οι συνωμοσιολόγοι.

Η υπέρτατη κοροϊδία - η απάτη του αιώνα. Όποιος θέλει ας τους πιστέψει... Οι υπόλοιποι έχουμε άλλη άποψη! Στην Ικαρία, που δεν κολλάει στα τραπεζώματα αδέρφια μου, στην Ικαρία!

Γ' Εθνική : "Πύρ και μανία" οι ποδοσφαιριστές για την συνέχιση του λουκέτου στο πρωτάθλημα .

Σκληρή ανακοίνωση εξέδωσαν το Σάββατο (29/01) οι ποδοσφαιριστές της Γ' Εθνικής για την συνέχιση στο πρωτάθλημα .

Αναφέρει σχετικά :

Υφυπουργέ Αθλητισμού Κύριε Αυγενάκη ο κορονοϊός κολλάει μόνο τους "αδύναμους" του αθλητισμού;.Ο κορονοϊός κολλάει μόνο εκεί που το πολιτικό σας κόστος είναι μικρό;Σταματήστε επιτέλους τον διαχωρισμό, τον ρατσισμό και την αδικία που έχετε προκαλέσει ανάμεσα σε αθλητές και αθλήματα και βγείτε μπροστά χωρίς να κρύβεστε πίσω από τους λοιμωξιολόγους. Πρωθυπουργέ της χώρας κύριε Κυριάκο Μητσοτάκη η διακυβέρνηση που ασκείτε θυμίζει χάρτινο τσίρκο που συνεχώς το παίρνει ο άνεμος ανάλογα με την κατεύθυνση του αέρα που σας βολεύει να φυσάει

Προσπαθείτε να σκεπάσετε την πολιτική σας "ανικανότητα" συνεχίζοντας τον δρόμο των αθωράκιστων νοσοκομείων, των στοιβαγμένων μαθητών στις σχολικές αίθουσες, των σαρδελοποιημένων επιβατών στα ΜΜΜ, των περίεργων ανοιγμάτων χωρίς πραγματικά μέτρα πρόληψης και προστασίας, ρίχνοντας όλη σας την λάσπη στον αθλητισμό.Μήπως είναι ξεκάθαρο πλέον ότι σας ενδιαφέρει περισσότερο ο τζόγος του αθλητισμού από τον ίδιο τον αθλητισμό;

Ε λοιπόν δεν θα σας περάσει, τον τελευταίο λόγο θα τον έχουμε εμείς και αν δεν είναι σήμερα θα είναι αύριο στην κάλπη. Ολοι οι αθλητές θα σταθούμε απέναντι σας, απέναντι σε εσάς που δολοφονείτε ότι πιο ωραίο και αγνό υπάρχει για να προσφέρει στον κόσμο, τον αθλητισμό.

ΥΓ.1 Κύριε Αυγενακη λύστε μας μια απορία. Αναδιάρθρωση χωρίς να ολοκληρωθούν τα πρωταθλήματα πώς μπορεί να γίνει;

ΥΓ.2 Κύριε Χαρδαλιά σας βλέπει όλη η Ελλάδα, σταματήστε να κρύβεστε πίσω από το δάχτυλο σας. Αυτό που φταίει για την μετάδοση του ιού δεν είναι ο αθλητισμός όπως λέτε, αλλά οι πολιτικές αποφάσεις σας που χορεύουν τον χορό του σκανδάλου.

ΥΓ.3 Κυρίοι λοιμωξιολόγοι τις θετικές εισηγήσεις τις δίνετε πιο εύκολα αν ο αντίστοιχος υπουργός έχει "τσιριχτή" φωνή;

ΥΓ.4 Σας έχουμε την λύση που όπως φαίνεται σκόπιμα δεν θέλετε να δείτε. Δημοσιεύστε ένα αυστηρό πρωτόκολλο και όποιος μπορεί να το ακολουθήσει, να μπορεί να λειτουργήσει κανονικά.

Αντιπροσωπεία ποδοσφαιριστών που αγωνίζονται στο πρωτάθλημα της Γ' Εθνικής.





Er Mag