

Επιμέλεια

Αντώνης Λιβιεράτος  
Αργύρης Σιβρής  
Αλέξανδρος Χατζηνικολάου

# STARTUPPERS

20  
23

ΜΙΛΟΥΝ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ

Δημιουργικοί άνθρωποι παρουσιάζουν  
επιχειρηματικές ιδέες

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών  
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Startuppers μιλούν σε φοιτητές - 2023.

Δημιουργικοί άνθρωποι παρουσιάζουν επιχειρηματικές ιδέες

*Επιμέλεια:* Αντώνης Λιβιεράτος, Αργύρης Σιβρής, Αλέξανδρος Χατζηνικολάου

*Τυπογραφική διόρθωση:* Ροδάνθη Παπαδομιχελάκη

*Ηλεκτρονική σελιδοποίηση:* Ermis graphics

© 2023 Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

ISBN 978-618-5705-18-3

Απαγορεύεται η μερική ή ολική αναδημοσίευση του παρόντος έργου καθώς και η αναπαραγωγή του με οποιοδήποτε μέσο χωρίς τη γραπτή άδεια του εκδότη, σύμφωνα με τις διατάξεις του Ελληνικού Νόμου (Ν. 2121/1993 όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει σήμερα) και τις διεθνείς συμβάσεις περί πνευματικής ιδιοκτησίας.

Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ

28ης Οκτωβρίου 53, 10433 Αθήνα

T: 210 5245264, 210 5245246

E: [propobos@propobos.gr](mailto:propobos@propobos.gr)

<https://www.propobos.gr>

# STARTUPPERS

20  
23

ΜΙΛΟΥΝ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ

Δημιουργικοί άνθρωποι παρουσιάζουν  
επιχειρηματικές ιδέες

Επιμέλεια

Αντώνης Λιβιεράτος

Αργύρης Σιβρής

Αλέξανδρος Χατζηνικολάου



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

I. Πρόλογος.....	6
II. Airbots Advanced Intelligent Robotics.....	9
III. Bookagri.....	19
IV. Christou 1910 .....	23
V. CityCrop.....	29
VI. Hothub.....	33
VII. TechIns .....	37
VIII.Ten06 .....	43
IX. Travel2Fit .....	49
X.Melapus .....	55
XI. Vendra .....	59
XII. Χαρισμάθεια.....	63

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Με μεγάλη χαρά παρουσιάζουμε τη νέα έκδοση του βιβλίου «Startuppers μιλούν σε φοιτητές 2023. Δημιουργικοί άνθρωποι παρουσιάζουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες», που διαμορφώθηκε στο πλαίσιο του μαθήματος της Επιχειρηματικότητας του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών (ΔΕΟ) του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Η ιδέα πίσω από την έκδοση του 2023 παραμένει αναλλοίωτη: να παρέχει στους φοιτητές του τμήματος ΔΕΟ μια ευκαιρία να εξερευνήσουν τον κόσμο της επιχειρηματικότητας. Μέσα από την επαφή με επιχειρηματίες που δημιουργούν τη δική τους νεοφυή επιχείρηση (startup), οι φοιτητές έχουν την ευκαιρία να αποκτήσουν βαθύτερη κατανόηση των προκλήσεων της επιχειρηματικότητας και να αναπτύξουν δεξιότητες που θα τους φανούν χρήσιμες σε κάθε επαγγελματικό τους μονοπάτι.

Σε αυτήν τη δεύτερη έκδοση, συνεχίζουμε την παράδοση της συνεργασίας με επιχειρηματίες και την ανάδειξη των επιτυχιών αλλά και των δυσκολιών τους, δίνοντας έμφαση στη σημασία της επιχειρηματικής σκέψης και της δημιουργίας. Οι συνεντεύξεις που παρουσιάζονται εδώ αντανακλούν την προσωπική τους αντίληψη για τον κόσμο των startups

και αναδεικνύουν πως στην επιχειρηματικότητα δεν «υπάρχει ένας δρόμος για την Ιερουσαλήμ».

Η οπτική πως δεν υπάρχει «ένας μοναδικός δρόμος για την επιτυχία», είναι συμβατή με τη σύγχρονη αντίληψη σε θέματα εκπαίδευσης της επιχειρηματικότητας σύμφωνα με την οποία η γραμμή εκκίνησης είναι η αναζήτηση προβλημάτων που «αξίζει τον κόπο να επιλυθούν». Με άλλα λόγια, η δυνατότητα να αναγνωρίσει κανείς ευκαιρίες και να δημιουργήσει νέες λύσεις είναι κρίσιμη για την ανάπτυξη νεοφυών (και όχι μόνο) επιχειρήσεων.

Αυτό το βιβλίο είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας, της αφοσίωσης και της φιλοδοξίας των φοιτητών και των επιχειρηματιών που συνεργάστηκαν για τη δημιουργία του. Θα θέλαμε να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας προς όλους τους εμπλεκόμενους, και ιδιαίτερα προς τους επιχειρηματίες που μοιράστηκαν τον πολύτιμο χρόνο και την εμπειρία τους.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους τριτοετείς φοιτητές Αργύρη Σιβρή και Αλέξανδρο Χατζηνικολάου με τους οποίους μοιραστήκαμε την οργάνωση της έκδοσης του βιβλίου, αλλά και τη γραφίστρια Νικολέτα Σταυρούλα Τασσοπούλου η οποία ανέλαβε την αρχική καλλιτεχνική επιμέλεια του βιβλίου. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τις εκδόσεις Προπομπός που ενστερνίστηκαν το όραμά μας και στήριξαν την προσπάθειά μας αναλαμβάνοντας την έκδοση του βιβλίου.

Ελπίζουμε αυτό το βιβλίο να αποτελέσει πηγή έμπνευσης για όλους όσοι αναζητούν το δικό τους επιχειρηματικό όραμα και μια πολύτιμη πηγή γνώσης για όσους επιθυμούν να εξελιχθούν στον απαιτητικό και συνεχώς εξελισσόμενο χώρο της επιχειρηματικότητας.

Καλή ανάγνωση και καλή επιχειρηματική διαδρομή!

Επίκ. Καθ. Αντώνης Λιβιεράτος  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών  
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών



## ➤➤➤ Airbots Advanced Intelligent Robotics

**Θεόδωρος Ποτήρης, Managing Director, Επικεφαλής Μηχανικής Ρομποτικής, Ιδρυτής**  
**Website: [www.advanced-intelligent-robotics.com](http://www.advanced-intelligent-robotics.com)**  
**Φοιτητές: Κωνσταντίνα Δάντου, Τατιάνα Κατωπόδη-Βασάλου, Κωνσταντίνος Γκαμπής**



■ ■ ■ Ποια είναι η επιχειρηματική σας ιδέα; Ποια είναι τα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρετε;

Η επιχειρηματική ιδέα της εταιρείας μας είναι να χρησιμοποιήσουμε υψηλή τεχνολογία, συγκεκριμένα τη δέσμη 4.0 που αποτελείται από επεξεργασία με τεχνητή νοημοσύνη, τη χρήση cloud, drones και εικόνων από δορυφόρους καθώς και τα προγνωστικά μετεωρολογικά μοντέλα, που αποτελεί ένα αρκετά βαρύ υπολογιστικό σύστημα, για να διαγνώσουμε τις ανάγκες των φυτών και τις πιθανές προσβολές ή αλλιώς ασθένειες που μπορούν να εμφανίσουν. Μετά την ταυτοποίηση των αναγκών, ασχολούμαστε με την κάλυψή τους μέσω ελέγχου του ποτίσματος των φυτών, την παρακολούθηση της ποσότητας και της συχνό-

τητας της λίπανσής τους και τον προγραμματισμό των γεωργικών διαδικασιών. Σε περίπτωση που αναγνωριστεί μια προσβολή των φυτών, καλούμαστε να τη διαγνώσουμε και να αναλάβουμε τον ψεκασμό των φυτών όσο πιο νωρίς γίνεται μέσω χημικών ή βιολογικών σκευασμάτων για να προλάβουμε την εξάπλωση και κατ' επέκταση την καταστροφή της παραγωγής. Σαν επιχείρηση στρεφόμαστε περισσότερο στην επιλογή βιολογικών διαλυμάτων για τις εργασίες μας. Αυτές οι υπηρεσίες παρέχονται σε μορφή συνδρομής που χωρίζεται σε καλλιεργητικές περιόδους και κοστολογείται ανάλογα με τα κόστη εγκατάστασης, δηλαδή αφού δούμε τον χώρο, βρούμε τις συντεταγμένες του και τα όριά του, ιστορικό υλικό από δορυφορικές φωτογραφίες, μελετήσουμε τη συμπεριφορά του κλίματος ιστορικά μέσα από τα μοντέλα καιρού και βρούμε την τοποθεσία των καλωδίων της ΔΕΗ ή καμινάδες κτλ., καθώς και αν πρέπει να χρησιμοποιήσουμε drones. Τελικός στόχος είναι η προστασία των γεωργών και των παραγωγών από πιθανούς κινδύνους, κρατώντας τα φυτά τους ζωντανά και υγιή, αποτρέποντάς τους από το να χάσουν τη σοδειά ενός ολόκληρου χρόνου, κάτι πολύ επίπονο για τους ίδιους. Μέσω αυτής της ιδέας προσπαθούμε να συμβάλουμε στη μείωση των τοξινών που καταλήγουν στο φαγητό που καταναλώνουμε και στο έδαφος. Με αυτό τον τρόπο έχουμε υψηλότερη ποιότητα των βρώσιμων με λιγότερα χημικά και λιγότερη κατανάλωση νερού και ενέργειας για τις γεωργικές διαδικασίες.

### ■ ■ ■ Σε τι είδους καταναλωτές απευθύνεστε;

Οι παραγωγοί στη γεωργία χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες: τους μικρούς, τους μεσαίους και τους μεγάλους. Κατά κύριο λόγο οι δραστηριότητες της εταιρείας μας απευθύνονται σε μεγάλους παραγωγούς, κάτι που έχει να κάνει με την καινοτομία στο επιχειρηματικό μας μοντέλο. Γενικά η τεχνολογία που χρησιμοποιούμε είναι πάρα πολύ δύσκολη στη χρήση της και οι άνθρωποι που την αναπτύσσουν και τη χειρίζονται είναι απόφοιτοι Πολυτεχνικών σχολών που έχουν επενδύσει σε χρόνο και γνώση για να βγει αυτό το αποτέλεσμα. Επιπλέον, οι γεωργοί είναι αρκετά επιφυλακτικοί και καχύποπτοι σε ό,τι αφορά νέες τεχνολογίες στον

κλάδο καθώς φοβούνται πως μία υπηρεσία ή ένα σκεύασμα το οποίο υπόσχεται πολλά, τελικά δεν θα φέρει κανένα αποτέλεσμα και πιθανόν να είναι καταστροφικό για τη σοδειά τους, φέρνοντάς τους σε δυσμενή οικονομική θέση. Οι μικρομεσαίοι γεωργοί, λοιπόν, δεν έχουν τη γνώση να αναγνωρίσουν τις δυνατότητες των υπηρεσιών που προσφέρουμε σαν εταιρεία και δεν διατίθενται να ρισκάρουν τα λεφτά τους στην επένδυση ενός τόσο ακριβού εξοπλισμού. Με αυτό το σκεπτικό αποφασίσαμε σαν εταιρεία πως θα καλύπτουμε όλες τις υποδομές που χρειάζονται (μηχανήματα, αισθητήρες, drones και η εξόπλισή τους) με δικά μας έξοδα και θα αποτελούν ιδιοκτησία μας, κάτι που επιφέρει αρκετά υψηλό CAPEX. Μέσω αυτής της ενέργειας δείχνουμε και πόσο πολύ πιστεύουμε στην υπηρεσία μας και τις δυνατότητές της, αναλαμβάνοντας πλήρως το ρίσκο που επιφέρει η επιλογή του καταναλωτή, ώστε σε περίπτωση που δεν μείνει ευχαριστημένος να μπορεί να ακυρώσει τη συνδρομή του. Μέσα σε μία μέρα θα μπορούσαμε να καλύψουμε τις ανάγκες όλης της κοινότητας παραγωγών στην περιοχή, εξαιτίας της γρήγορης ταχύτητας που δουλεύουν τα μηχανήματα, όμως αυτό δεν υλοποιείται συνήθως, λόγω έλλειψης γνώσης για την προσφερόμενη τεχνολογία, μη επαρκούς οικονομικής κάλυψης και επιφυλακτικότητας. Με αυτούς τους άξονες στρεφόμαστε στο μοντέλο B2B με το οποίο μπορούμε να καλύψουμε μεγάλους παραγωγούς που αντιλαμβάνονται τη λειτουργία της υπηρεσίας και έχουν τους οικονομικούς πόρους να την επιλέξουν, αποφέροντας κερδοφορία στην επιχείρηση. Παρ' όλα αυτά, θέλοντας να δώσουμε την ευκαιρία σε μικρούς και μεσαίους αγρότες να δοκιμάσουν το προϊόν μας, αποφασίσαμε να το προσφέρουμε για δωρεάν δοκιμή ακολουθώντας το μοντέλο B2G και επισυνάπτοντας συμφωνίες για χρηματοδότηση από την τοπική κοινωνία, όντας φορέας κρατικής εξουσίας.

**■ ■ ■ Η τεχνολογία εφαρμόζεται σε όλες τις καλλιέργειες όπως φρούτα ή βαμβάκι, σε καλλιέργειες που προορίζονται για ζωτροφές ή σε άλλες εξαιρέσεις;**

Ακολουθώντας τις στατιστικές παγκόσμιου, ευρωπαϊκού και εθνικού επι-

πέδου για τη στρεμματική απόδοση των διαφόρων καλλιεργειών, όχι σε όγκο παραγωγής αλλά σε οικονομικές απολαβές, έχουμε θέσει όριο να δουλεύουμε με καλλιέργειες που η απόδοσή τους κυμαίνεται από 2.000 ευρώ και πάνω. Δηλαδή, επικεντρωνόμαστε σε ακριβές καλλιέργειες που είναι αρκετά επικερδείς για τους μεγαλογαιοκτήμονες και για αυτό είναι και διατεθειμένοι να αναλάβουν το ρίσκο μιας αλλαγής.

### ■ ■ ■ Πώς προέκυψε η ιδέα σας;

Εγώ έχω σπουδάσει στο τμήμα Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και αργότερα πήρα ειδίκευση στα ενσωματωμένα συστήματα και τη ρομποτική. Ήμουν αυτός που ξεκίνησε την ιδέα με την υποστήριξη φίλων και συνεργατών και πλέον είμαι ο Επικεφαλής Μηχανικής Ρομποτικής πέρα από ιδρυτής. Ασχολήθηκα με την αυτόνομη ρομποτική τεχνολογία στη θάλασσα το 2005 και το 2011 κατασκεύασα ο ίδιος το πρώτο μου drone. Μέσω του ενδιαφέροντός μου για τη ρομποτική τεχνολογία ξεκίνησα να αναρωτιέμαι σε ποια ελληνική δραστηριότητα θα μπορούσε να εφαρμοστεί και να έχει απήχηση. Κατέληξα, έπειτα από συζήτηση με έναν γεωπόνο, στο συμπέρασμα πως η θρέψη των ατόμων είναι ένα από αυτά τα κομμάτια, καθώς ο πρωτογενής τομέας είναι αναντικατάστατος και αναγκαίος για την επιβίωση του ανθρώπου. Η γεωργία αποτελεί ένα μεγάλο κομμάτι της ελληνικής οικονομίας που έχει επιβιώσει με το πέρασμα των χρόνων, οπότε θα μπορούσα να επικεντρωθώ στη χρήση drones για την προσφορά ποιοτικής τροφής, ενώ παράλληλα να προστατεύσω και το περιβάλλον της χώρας μας. Η ιδέα που κατέληξα ήταν η παροχή τροφής απαλλαγμένης από επιβλαβή χημικά, που εκτός από τους καταναλωτές είναι επιβλαβή για το έδαφος και το νερό που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή.

### ■ ■ ■ Περιγράψτε μας την ομάδα σας, πώς γνωριστήκατε;

Στη διαμόρφωση της ιδέας συνέβαλε ο γεωπόνος που συμβουλευτήκα αρχικά και λίγο αργότερα αποτέλεσε σταθερό συνεργάτη μου – μέχρι και σήμερα. Μαζί είδαμε πως σε αυτό το σχέδιο μπορούμε να συμπερι-

λάβουμε και ανθρώπους που ειδικεύονταν σε άλλες τεχνολογίες για ένα καλύτερο αποτέλεσμα. Γνωρίσαμε άτομα μέσα από διάφορα συνέδρια ρομποτικής και μέσω των πανεπιστημίων φτιάξαμε μια αρχική ομάδα και ξεκινήσαμε τη δουλειά. Δυστυχώς, λόγω διαφόρων προσωπικών θεμάτων και δυσμενών συνθηκών, η αρχική ομάδα διαλύθηκε και έφυγαν όλα τα άτομα, με εξαίρεση τον γεωπόνο. Τότε, η επιχείρησή μας έκανε στροφή σε μια πιο ερευνητική προσέγγιση της ιδέας. Τη θέση της παλαιάς ομάδας πήρε η τωρινή ομάδα με την οποία τρέχει και η επιχείρηση. Τα περισσότερα νέα μέλη προσεγγίστηκαν μέσα από το οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων και μέσω προγραμμάτων επιχειρηματικότητας. Η ομάδα αποτελείται από άτομα που απορροφήθηκαν από μια άλλη start up που συμμετείχε σε ένα από τα προγράμματα επιχειρηματικότητας, αλλά δεν συνέχισε τη λειτουργία της, και συνεργάτες από μια ακόμα start up με γεωπόνους. Επίσης, έχουμε στενή σχέση με έναν εξωτερικό συνεργάτη, γνώστη της τεχνολογίας τροφίμων. Εν ολίγοις, αυτή τη στιγμή στην επιχείρηση δραστηριοποιούνται τρεις εργαζόμενοι, ένας υπεύθυνος και διάφοροι εξωτερικοί συνεργάτες που δεν εμφανίζονται σαν εργαζόμενοι της startup και καλύπτουν τους τομείς των γεωπονικών, των μηχανικών και των οικονομικών. Τώρα βέβαια μας βρίσκετε και σε μια φάση αλλαγών του ανθρώπινου δυναμικού μας. Κανονικά το ανθρώπινο δυναμικό μας αποτελείται από μια ομάδα τουλάχιστον 7 με 8 ατόμων και μια ομάδα συνιδρυτών με 5 έως 7 άτομα.

### ■ ■ ■ Τι είδους χρηματοδότηση χρησιμοποιείτε;

Η επιχείρηση στηρίζεται κυρίως σε κρατικές χρηματοδοτήσεις που προέρχονται από προγράμματα εφαρμοσμένης επιχειρησιακής έρευνας συγχρηματοδοτούμενα από την Ευρωπαϊκή Ένωση, προγράμματα επιχειρησιακής ανάπτυξης του Υπουργείου Ανάπτυξης και προγράμματα επιδότησης εργασίας του ΟΑΕΔ. Από εκεί πηγάζει το 1/3 των χρημάτων που διαθέτουμε μέχρι τώρα. Όταν παρουσιάζει έλλειψη η παραπάνω πηγή επεμβαίνουμε με προσωπικές περιουσίες ή τα 3F (Friends, Family and Fools) και επίσης στηριζόμαστε και μέσω δανείων.

### ■ ■ ■ Ποια είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που έχετε αντιμετωπίσει μέχρι σήμερα;

Το μεγαλύτερο πρόβλημα που έχουμε αντιμετωπίσει μέχρι στιγμής στην επιχείρηση αποτελούνταν από δύο παράγοντες. Το πρώτο κομμάτι ήταν η ακατάλληλη λογιστική κάλυψη της εταιρείας, καθώς οι λογιστές δεν αντιλαμβάνονταν πως μια τέτοιου είδους επιχείρηση δεν αρκεί μόνο να είναι τυπική προς την εφορία, αλλά πρέπει να μπορούμε κιόλας να έχουμε μια πλήρη εικόνα των διαθέσιμων πραγμάτων που ζητάνε και οι χρηματοδότες μας. Γενικά, αποτελούνται από έναν μεγάλο όγκο εγγράφων τα οποία αξιολογούν τα διάφορα κρατικά προγράμματα, οι ιδιώτες επενδυτές, τα προγράμματα επιχορηγήσεων και οι τράπεζες. Επειδή, λοιπόν, ούτε εγώ αλλά ούτε και η ομάδα μου ήμασταν επιχειρηματίες, είχαμε ελλιπή γνώση ώστε να επιλέξουμε μια λογιστική βοήθεια πιο ανταποκρίσιμη στις ανάγκες μας. Το δεύτερο κομμάτι έχει να κάνει με τους κρατικούς μηχανισμούς, που χωρίζει τη χώρα σε δύο ταχύτητες. Από τη μία έχουμε το Elevate Greece και λοιπές υπηρεσίες που συμβάλλουν στις προσπάθειες των startups, τις υποστηρίζουν, εξυπηρετούν στην επίλυση προβλημάτων και γενικότερα τους ανοίγουν τον δρόμο. Από την άλλη, έρχεται το κομμάτι της κρατικής μηχανής που δεν είναι εκσυγχρονισμένο και λειτουργεί σε πολύ αργούς ρυθμούς με αποτέλεσμα να χάνεται χρόνος και χρήματα. Με βάση τα προαναφερθέντα δημιουργήθηκε μεγάλη δυσκολία που κληθήκαμε να αντιμετωπίσουμε, καθώς σαν επιχείρηση στηριζόμαστε στις κρατικές επιχορηγήσεις για τη λειτουργία μας και βρεθήκαμε, λόγω αυτού, πολλές φορές στα πρόθυρα της χρεοκοπίας. Παρ' όλα αυτά, έχουμε σωθεί αρκετές φορές από τα 3F.

### ■ ■ ■ Σε τι είδους διαγωνισμούς και προγράμματα έχετε συμμετάσχει ώστε να εδραιώσετε τη θέση σας;

Το 2014 ξεκινήσαμε με το MIT Enterprise Forum Greece από το Massachusetts Institute of Technology, όπου και ξαναπήγαμε το 2018. Το 2015 συμμετείχαμε στο Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας του Ανοιχτού Πανεπιστημίου Αλίμου, το οποίο ήταν πιο πολύ

διά βίου εκπαίδευση από καθηγητές και ακολούθησαν αντίστοιχα σεμινάρια του ΟΑΕΔ. Το 2019 ήμασταν μία από της 24 start up επιχειρήσεις που προκρίθηκαν στο The Egg Accelerator της Eurobank. Το 2019 συμμετείχαμε ακόμα στα: 1) Farming the Future από την Orange Grove και την Πρεσβεία της Ολλανδίας στην Ελλάδα, 2) Trophy Challenge incubation program του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος, 3) Innovative Design and Thinking in Mobile Applications & Services με συντελεστές τους ELTRUN, Samsung και InnoAthens από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 4) EIT Food - Innovation prizes, Finalist incubator από το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Καινοτομίας και Τεχνολογίας (EIT). Το 2020 πήραμε μέρος στα προγράμματα: 1) Ennovation, ACEin από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 2) ICT\*Invent του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου, 3) OKThess! από το Οικοσύστημα Καινοτομίας & Πολιτισμού Θεσσαλονίκης, 4) Global Goals Jam on Entrepreneurship & Sustainable Development Goals από την Orange Grove, 5) CapsuleT Hospitality από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 6) NBG Seeds από την Εθνική Τράπεζα Ελλάδος, 7) InnoEnnergy PowerUp, Kinno, InnoWise - Water Scarcity και Climate-KIC RIS από το EIT. Το 2021 συμμετείχαμε επίσης σε ευρωπαϊκό πρόγραμμα του «Επιταχυντή του Κοπέρνικου» με αντικείμενο την επεξεργασία δορυφορικών εικόνων, απ' όπου αναγκαστήκαμε να εγκαταλείψουμε λόγω προσωπικών προβλημάτων, παρά την επιτυχή παρουσία μας. Έχουμε διακρίσεις στην Green Tech Challenge του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου το 2019 όπου κατακτήσαμε την τρίτη θέση και στο GreenAthon του ελληνικού Υπουργείου Περιβάλλοντος το 2020, όπου πήραμε τη δεύτερη θέση. Τέλος, έχουμε δύο ακόμα βραβεία στην κατοχή μας, το Ελληνικό Business Process Award του 2020 και το Ευρωπαϊκό Rising Star Distinction του 2020 από την European Commission - European Business Awards for the Environment.

### ■ ■ ■ Ποια είναι τα επόμενα βήματα της επιχείρησής σας;

Το πρώτο ξεκάθαρο βήμα είναι η παραγωγή ενός προϊόντος ως υποσύνολο των υπηρεσιών μας που απευθύνεται ολοκληρωτικά σε θερμική-

πια. Τα θερμοκήπια έχουν έως και 8.000 ευρώ απόδοση ανά στρέμμα και οι ιδιοκτήτες τους αποτελούν τους πιο πρόθυμους πελάτες για τις υπηρεσίες της επιχείρησής μας. Επίσης, θα είναι το πρώτο προϊόν χωρίς τη συνεργασία άλλων startups. Ένα προσχέδιό του έχει ήδη δοκιμαστεί στην πράξη από γεωργούς και παραγωγούς στις λαϊκές αγορές διαφόρων περιοχών με πολύ ισχυρό ενδιαφέρον και θετικό feedback. Το δεύτερο βήμα αποτελείται από την επιδίωξη συμμετοχής σε ένα μεγάλο και αξιόπιστο πρόγραμμα έρευνας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το οποίο θα μας φέρει ισχυρότερη και γρηγορότερη χρηματοδότηση. Το τρίτο βήμα είναι μέσω των προγραμμάτων χρηματοδότησης να ανέλθουμε στο στάδιο Scale Up. Μέσα από τα δύο τελευταία βήματα στοχεύουμε στην αύξηση του ανθρώπινου δυναμικού μας, την εγκατάσταση σε έναν μεγαλύτερο χώρο και την προσέλκυση φοιτητών τόσο εγχώρια όσο και από το εξωτερικό, μέσω των πανεπιστημίων και προγραμμάτων της AIESEC. Κεντρικός στόχος είναι η εξάπλωση της startup στην Ελλάδα και έπειτα στο εξωτερικό.





*Rudaina Haddad, CEO, Ιδρύτρια*

*Website: <http://bookagri.com/en>*

*Φοιτητές: Wassem Zureikat, Evangelia Chaniotakis*



### ■ ■ ■ What is your business idea?

Our business idea is to create agriculture tourism destinations. We do that by rehabilitating the rural communities at their farms, gardens, and outdoor spaces to become service providers for tourists by engaging them with their daily chores in their villages in return for a fee which helps them generate income. In Jordan, there is a mutual need and benefit for tour operators, local communities, the Ministry of Tourism, the private sector, and farmers to have a product that could benefit all at all levels such as the socioeconomic, the environmental, the production of food and craft and so on. Tourism in Jordan has marginalized the rural communities, and these were not engaged in the tourism industry. This increased unemployment, encouraged farmers to go to the city and made people forget about their heritage, organic food production, crafts and so on.

### ■ ■ ■ What are the products/services of Bookagri?

The solution was to present agriculture tourism destinations with agriculture tourism experiences that includes services like traditional cooking classes, beekeeping, traditional crafts making, care for farm animals, cycling in the farm, riding a tractor to plough the land and so on. These agriculture tourism experiences are branded with Bookagri since customers will look for a leading brand that has a holistic approach towards agritourism; that leads to another product and that is the organic traditional foods and crafts done by our trained farmers. Our packaged and branded products can be sold in the farm of the agriculture tourism experience or online. Another product is the interactive website and a mobile application of our company where other agriculture tourism businesses can download their experiences on the application to be reachable to customers.

### ■ ■ ■ Where do you offer these services?

We offer these services in Jordan, in the outdoor spaces of the farms and villages. Unless it is cold or windy an indoor activity should be designed for the benefit of all.

### ■ ■ ■ How did you come up with this idea?

The idea came after many years of working as a tourist guide; guiding tours to archaeological classic places and explaining about the history of Jordan. This kept curious tourists ignorant about the local and authentic Jordanian way of life. This routine opened my eyes to the bigger picture: developing new agriculture tourism destinations around the archaeological sites will definitely engage many villagers in the tourism industry and will also solve many of the unemployment problems we face in Jordan besides creating SMEs in agriculture, food products and crafts under Bookagri brand.

### ■ ■ ■ Describe your team to us. How did you meet?

Bookagri team is comprised by me, Rudaina Haddad CEO and Founder, with more than eight years in tourism and guiding as a freelancer, a Co-founder and Manager with more than 15 years of previous experience in managing business. Hala Zureikat, is running Bookagri social media channels on Instagram, Facebook page and WhatsApp with more than four years' experience in creating content and editing pictures. In the company we also have an accountant and a lawyer (free-lance contracts). However, the bigger team is comprised by the service providers from villages that has been trained to exercise the agriculture tourism activities designed by Bookagri and these are more than 30 partners.

### ■ ■ ■ What is the biggest difficulty you have faced to date?

Some of the major problems that we faced are, rehabilitation of the rural community and changing their mind set to a business one in tourism. Secondly, we had to eliminate the gender and equality gap in the rural community. We also faced problems in applying for grants and funds to enhance the project and buy all the tools and develop the infrastructure needed at each farm or garden. It was also challenging to create a unique design for an agriculture tourism experience using the natural resources present in the chosen farms as farm animals, plants, tools, heritage stories, skills and so on. In addition, finding the geographical area and the right elevation where agriculture tourism experiences can be sustainable. Seasonality of agriculture and products is also a problem that we are always working around. Finally, there is no law in Jordan for agriculture tourism.

### ■ ■ ■ Tell us about the next steps of your business.

Our next step is to expand Bookagri experiences to other governorates in Jordan and to franchise the brand.



**Δημήτρης Χατζηκόκκινος, Managing Partner, Συνιδρυτής**  
**Website: [www.christou1910.com](http://www.christou1910.com)**

**Φοιτητές: Ιωάννα Κιρμιζίδου, Έλλη Ναούμη, Σωτηρία Γεωργίου**



### ■ ■ ■ Πώς προέκυψε η ιδέα σας αλλά και ποιος ήταν ο πρωταρχικός σας επιχειρηματικός στόχος;

Η εταιρεία μας Christou 1910 ξεκίνησε εμπορικά το 2017. Το logo Christou1910 της εταιρείας προήλθε από την οικογένεια της Αλεξάνδρας Χρήστου, συνεταίρου και συζύγου μου, η οικογένεια της οποίας διατηρεί από το 1910 τον ορθοπεδικό οίκο ΧΡΗΣΤΟΥ που δραστηριοποιείται στην εμπορία και την παραγωγή ιατρικών ειδών. Μαζί με την Αλεξάνδρα φτιάξαμε κάποιες κατηγορίες προϊόντων με σκοπό να ξεφύγουμε από τα ιατρικά δεδομένα και να κατευθυνθούμε προς το wellbeing. Θεωρούμε ότι το wellbeing, δηλαδή η ευζωία, είναι μια συνθήκη στον σύγχρονο άνθρωπο που εξυπηρετεί και τα δύο φύλα, σε όλες τις ηλικίες και σε όλες τις συνθήκες του ανθρώπου. Επομένως, υπάρχουν περιπτώσεις όπου ο άνθρωπος, πριν ακόμη φτάσει σε επίπεδο ιατρικού προϊόντος, θέλει να

εξυπηρετήσει τις ανάγκες-πόνο με όμορφα προϊόντα, καλοσχεδιασμένα και σε προσιτές τιμές. Αυτό το τετράπτυχο ήταν και ο στόχος που θέλαμε να πετύχουμε από την αρχή ώστε να διαφοροποιηθούμε από τον ανταγωνισμό. Στρατηγική απόφασή μας αποτέλεσε η εύρεση και χρήση όσο το δυνατόν περισσότερων φυσικών και οικολογικών α' υλών, τόσο για την παραγωγή των προϊόντων μας, όσο και των υλικών συσκευασίας τους. Ενδεικτικά, όλες οι πλαστικές συσκευασίες μας έχουν βιολογική προέλευση από ζαχαροκάλαμο και είναι 100% ανακυκλώσιμες, με αποτέλεσμα να μειώνουμε το περιβαλλοντικό μας αποτύπωμα.

### ■ ■ ■ Ποια προϊόντα και ποιες υπηρεσίες προσφέρετε;

Προσφέρουμε προϊόντα και όχι υπηρεσίες. Ξεκινήσαμε την εταιρεία από μια ιδέα σε λευκό χαρτί προσομοιώνοντας τις στρατηγικές αποφάσεις μας σε νούμερα. Η σημαντικότερη από αυτές ήταν η τοποθέτηση well being προϊόντων σε Key Accounts (Super Markets). Δεν ήταν εύκολη διαδικασία για μια καινούρια επιχείρηση, χωρίς brand awareness και σε μία κατηγορία που δεν προϋπήρχε σε αυτό το κανάλι. Πρώτοι πελάτες μας ήταν τα σουπερ μάρκετ και έπειτα τα φαρμακεία, το παραδοσιακό δηλαδή κανάλι τέτοιων προϊόντων. Τέλος, ένα ακόμα κανάλι αποτελούν οι μεγάλες αλυσίδες σπορ και παιδικών παπουτσιών. Πρώτη κατηγορία προϊόντων είναι τα επιδερμικά προϊόντα, όπως οι επιγονατίδες, ζώνες μέσης κλπ. Σε συνεργασία με τον designer Γιάννη Σολομώζη, καταφέραμε να δώσουμε σε ανατομικά προϊόντα μία πιο όμορφη και design εκδοχή που δεν προϋπήρχε στα προϊόντα αυτά. Δεύτερη κατηγορία προϊόντων αποτελούν τα προϊόντα φροντίδας του ποδιού. Αναφέρονται σε προβλήματα στο πέλμα, πόδι και στα δάχτυλα. Σε συνεργασία με το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (Τμήμα Χημείας) μελετήσαμε και βρήκαμε μέθοδο εμποτισμού τους με πιστοποιημένα και 100% Βιολογικά Αιθέρια Έλαια τα οποία αποδεσμεύουν τις δραστικές τους ουσίες κατά τη χρήση των επιθεμάτων αυτών. Οι κάλτσες και τα καλσόν διαβαθμισμένης συμπίεσης αποτελούν την τρίτη κατηγορία προϊόντων. Τελευταία κατηγορία αποτελούν οι πάτοι DAYS COMFY (Ανατομικοί) και DAYS FRESH (Αρωματικοί με Αιθέρια Έλαια), σε υπέροχα σχέδια για

όλες τις ηλικίες. Οι αρωματικοί πάτοι DAYS FRESH δημιουργήθηκαν μέσα από τη συνεργασία μας με Βοτανολόγο και το Τμήμα Οργανικής Χημείας του ΕΜΠ. Καινοτόμοι αρωματικοί πάτοι, ενισχυμένοι με μοριακά σύμπλοκα αιθέριων ελαίων που απελευθερώνουν σταδιακά τα βιοδραστικά συστατικά τους, εξουδετερώνουν την κακοσμία και προσφέρουν στα πόδια μια παρατεταμένη αίσθηση φρεσκάδας.

### ■ ■ ■ Περιγράψτε μας την ομάδα σας.

Είμαστε 7 άτομα. Εγώ στο εμπορικό και οικονομικό κομμάτι, η Αλεξάνδρα κάνει το R&D και όλο το στήσιμο του brand και το marketing. Υπάρχει ακόμα μια συνάδελφος στο digital marketing, έχουμε δύο συναδέλφους στο κομμάτι της τιμολόγησης και καταχώρισης παραστατικών. Τέλος απασχολούμε και 3 πωλητές σε supermarket και φαρμακεία. Κάποιοι εργαζόμενοι είναι από προγράμματα είτε της ΔΥΠΑ (πρώην ΟΑΕΔ) είτε με ανταλλαγή από πανεπιστήμια που συνέχισαν την πτυχιακή τους και έμειναν σε εμάς. Οι περισσότεροι από εμάς είμαστε νέοι και μόλις δύο από την ομάδα είναι άνω των 40 ετών.

### ■ ■ ■ Υπήρξε κάποια δυσκολία που αντιμετωπίσατε σαν εταιρεία, όπως για παράδειγμα η πανδημία;

Εμάς η πανδημία δεν μας «χτύπησε» τόσο πολύ. Ήμασταν λίγο τυχεροί γιατί πριν από την πρώτη πανδημία τον Φεβρουάριο του 2020 είχαμε ξεκινήσει το e-shop. Για 3 χρόνια από το 2017 μέχρι το 2020 κάναμε αρκετές ενέργειες σε digital marketing μόνο για brand awareness, προκειμένου να γνωστοποιούμε στους τελικούς καταναλωτές τα σημεία πώλησης των προϊόντων μας καθώς δεν είχε δημιουργηθεί ακόμα το εταιρικό e-shop μας. Μέσα από τους social media λογαριασμούς μας ενημερώναμε τον κόσμο για τα προϊόντα και τις καινοτομίες μας και τους στέλναμε να τα αγοράσουν από τα καταστήματα λιανικής. Η δημιουργία site ήταν ένα project που κράτησε 3-4 μήνες γιατί είχαμε πολύ καλούς συνεργάτες. Ακολουθούμε τη λογική ότι ο καθένας κάνει καλύτερα τη δουλειά του, δεν χρειάζεται όλοι να είμαστε in-house. Για τα αποθέματά

μας συνεργαζόμαστε με μια πλατφόρμα αποθήκευσης και διανομής των προϊόντων μας, εμείς βάζουμε τις παραγγελίες και αυτοί τις εκτελούν. Κατά τη διάρκεια ανάπτυξης των πωλήσεών μας την τελευταία 3ετία συναντήσαμε πρόβλημα στην επάρκεια κεφαλαίου κίνησης, επειδή οι προμηθευτές μας είναι σε τρίτες χώρες (Κίνα, Ιταλία, Ταϊβάν) και απαιτείται να προπληρώνουμε όλη μας την παραγωγή. Παρόλο που είναι δικά μας τα καλούπια, δικά μας τα σχέδια και η ιδιοκτησία μας, τα κατασκευάζουμε στο εξωτερικό, γιατί οι πρώτες ύλες που αναζητούμε δεν βρίσκονται εύκολα στην Ελλάδα. Ο χρονικός ορίζοντας που απαιτείται μεταξύ των εισπράξεων των πωλήσεών μας σε μεγάλους πελάτες, ενώ έχουμε ήδη πληρώσει τα προϊόντα, συν ο χρόνος παρακράτησης των προϊόντων στην αποθήκη μας, δημιουργεί ένα κενό στην επάρκεια κεφαλαίων κίνησης για την απρόσκοπτη ανάπτυξη των πωλήσεών μας. Αυτό είναι ένα σημαντικό πρόβλημα στο εμπόριο και σε μια μικρή εταιρεία που αναπτύσσεται μέσω της ανάπτυξης των πωλήσεών της. Η υπηρεσία είναι λίγο διαφορετική ως προς την ανάπτυξή της.

**■ ■ ■ Η πανδημία δεν σας δυσκόλεψε άμεσα, αλλά σας παρακίνησε να ανακαλύψετε νέους τρόπους ώστε να αναπτυχθείτε περισσότερο.**

Ναι, μας παρακίνησε σίγουρα. Ψάξαμε και εντρυφήσαμε και οι ίδιοι παραπάνω στο B2C μέσα από το e-shop και την επικοινωνία. Είναι πολύ σημαντική η επικοινωνία με τον τελικό καταναλωτή που είναι και ο δυνητικός αγοραστής του προϊόντος είτε απευθείας από εμάς είτε μέσα από τα κανάλια διανομής μας. Η επικοινωνία για τα προϊόντα, επειδή όπως είπαμε είναι προϊόντα ευζωίας και υγείας, πρέπει να αναλύεται στους τελικούς καταναλωτές, επειδή υπάρχουν αρκετές εξειδικεύσεις σχετικά με αυτά, για παράδειγμα για την επίδραση που έχουν τα έλαια. Εμείς αυτό το απαντάμε κατευθείαν στον καταναλωτή. Αν μπειτε σε οποιαδήποτε σελίδα στα social media, αλλά και στο site μας ακόμα, θα βρείτε σχόλια σε διάφορα post ότι αρέσει στον κόσμο αυτό που αγοράζει. Η θετική επίδραση του κόσμου μάς έκανε να σκεφτούμε τις νέες αγορές και την ανάπτυξή μας σε χώρες του εξωτερικού. Τέλος,

έχουμε κλείσει μια συμφωνία με την Ιταλία και ξεκινάμε τις εξαγωγές μας τον Μάιο του 2023.

### ■ ■ ■ Ποια είναι τα επόμενα επαγγελματικά σας σχέδια για την επιχείρηση;

Εξαγωγές και ανάπτυξη. Θέλουμε να αναπτύξουμε μια δική μας μονάδα μεταποίησης και ένα τμήμα έρευνας και ανάπτυξης, γιατί θέλουμε να εντάξουμε στη δική μας ομάδα ανθρώπους με τεχνικό και ερευνητικό υπόβαθρο, δηλαδή βοτανολόγους, βιομηχανικούς σχεδιαστές, χημικούς, για να μπορέσουμε να παράξουμε νέους κωδικούς ή και προϊόντικές κατηγορίες που θα βοηθήσουν στην περαιτέρω ανάπτυξή μας.

### ■ ■ ■ Έχετε κάποιο άλλο προϊόν στο μυαλό σας;

Υπάρχει μια γκάμα προϊόντων, γύρω στα 7-8, που σκεφτόμαστε να βγάλουμε στην αγορά, ωστόσο δεν είναι κάτι σίγουρο για να σας πω, εξαρτάται πολύ και από την οικονομία.



*Χρήστος Ραφτογιάννης, CEO, Ιδρυτής*

*Website: <https://citycrop.io>*

*Φοιτητές: Ιωάννα Γεράκη, Βασίλειος Μπλάτζος,  
Ιωάννης Μπρέμπος*



■ ■ ■ Ποια είναι η επιχειρηματική σας ιδέα; Ποια είναι τα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρετε;

Η εταιρεία μας είναι η city crop και ουσιαστικά δημιουργούμε συσκευές στις οποίες επιτρέπουμε στους χρήστες να καλλιεργούν τα δικά τους φρέσκα φρούτα, λαχανικά και βότανα μέσα στο σπίτι με τη βοήθεια της τεχνολογίας, οπότε είναι μια έξτρα συσκευή που χρησιμοποιεί το Wi-Fi, παίρνει όλα τα δεδομένα και έτσι μέσα από το application, ουσιαστικά παρέχουμε σαν εταιρεία όλα τα απαραίτητα για τα φυτά. Είναι συσκευές οι οποίες δεν χρειάζονται κάποια γεωπονική γνώση για τον χειρισμό τους, ούτε χρειάζεται να υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος χώρος ή χρόνος για την καλλιεργητική χρήση τους. Έτσι, με τις συσκευές μας βελτιώνουμε την ποιότητα ζωής των χρηστών. Το business concept είναι να πουλάμε τις συσκευές οι οποίες είναι τρία διαφορετικά μοντέλα και μετά έχουμε ένα subscription

βάσει του οποίου στέλνουμε στον χρήστη κάθε μήνα τους σπόρους και όλα τα συστατικά που χρειάζεται η συσκευή για να λειτουργήσει.

### ■ ■ ■ Πώς προέκυψε η ιδέα σας;

Ουσιαστικά ξεκίνησε από εμένα, διότι έχω σπουδάσει γεωπονική. Δουλεύοντας σε ένα θερμοκήπιο άκουγα φήμες ότι τα προϊόντα σε ένα θερμοκήπιο χρησιμοποιούν περισσότερα φάρμακα και λιπάσματα, οπότε δεν παράγονται σωστά με αποτέλεσμα να μην τα προτιμάει ο πελάτης και να μην είναι τόσο υγιεινά από την πλευρά του καταναλωτή. Για να κερδίσουμε την εμπιστοσύνη του καταναλωτή σκέφτηκα πώς θα γίνει ένα έξυπνο θερμοκήπιο για τον καθένα με τις ίδιες δυνατότητες του θερμοκηπίου, αλλά σε μικρότερο μέγεθος και χωρίς κάποιο σχετικό χώρο για τη συσκευή αυτή, ώστε ο καθένας να βλέπει πώς παράγονται με τη βοήθειά μας και να καλλιεργεί μόνος του τα λαχανικά του, χωρίς την ανησυχία συντηρητικών ή φαρμάκων.

### ■ ■ ■ Περιγράψτε μας την ομάδα σας. Πώς γνωριστήκατε;

Ξεκινήσαμε μόνοι μας, εγώ και ένας ακόμη συνεργάτης, ο οποίος δεν είναι πλέον στην ομάδα. Ξεκινήσαμε από ένα accelerator της Eurobank το 2015 και στη συνέχεια μπήκαν άλλα δύο άτομα στην ομάδα με τα οποία γνωριστήκαμε μέσω άλλων εταιρειών του accelerator και έτυχε να κάναμε κάποιες δουλειές μαζί.

### ■ ■ ■ Ποια είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που αντιμετωπίσατε;

Αρκετές! Η μεγαλύτερη ήταν να καταφέρεις κάθε τέλος του μήνα να έχεις χρήματα, ώστε να κάνεις την εταιρεία βιώσιμη, διότι όταν ξεκινάς κάποιο hardware, θέλεις σίγουρα κάποιους μήνες για να βγάλεις μια πρώτη συσκευή, να κάνεις ένα demo, να αρχίσεις να το δουλεύεις πρώτα εσύ, πριν πάει στον πελάτη. Οπότε το hardware ήταν η δυσκολία στην παραγωγή του, δηλαδή να φτιάξεις πλαστικά ή ό,τι άλλο υπάρχει. Δεν είναι απλά ένα software, μια πλατφόρμα που απλά κάθονται και γράφω

κώδικα, είναι πράγματα που πρέπει να παραχθούν, οπότε το δύσκολο κομμάτι ήταν αυτό, να βρίσκεις resources για να συνεχίσεις να προχωράς την εταιρεία.

### ■ ■ ■ Ποια είναι τα επόμενα βήματα της επιχείρησης;

Παραγωγή νέων προϊόντων και επέκταση του πελατολογίου.



**Αλέξανδρος Καραβίτης, CEO, Συνιδρυτής**  
**Website: [www.hosthub.com](http://www.hosthub.com)**

**Φοιτητές: Νεκταρία Γιαννώτα, Διονυσία Καραμουσά**



**hosthub**

■ ■ ■ Ποια είναι η επιχειρηματική σας ιδέα; Ποια είναι τα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρετε;

Η Hosthub παρέχει μια ολοκληρωμένη λύση διαχείρισης καταλυμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης βοηθώντας ιδιοκτήτες και διαχειριστές ακινήτων να αυξήσουν τα έσοδά τους μέσω της απόκτησης παρουσίας σε περισσότερες πλατφόρμες/κανάλια βραχυχρόνιας μίσθωσης, εξασφαλίζοντας όμως κάτι πολύ σημαντικό: να μην έχουν διπλοκρατήσεις. Συνδυάζοντας τα εξελιγμένα συστήματα Τεχνητής Νοημοσύνης με τον Ποιοτικό Έλεγχο από εξειδικευμένα στελέχη της ομάδας μας, είμαστε η μοναδική υπηρεσία στον κόσμο σήμερα που προσφέρει 100% εγγύηση επιτυχούς ενημέρωσης όλων των καναλιών για να μπορεί ο ιδιοκτήτης/διαχειριστής να έχει πάντα ήσυχο το κεφάλι του.

### ■ ■ ■ Πώς προέκυψε η ιδέα σας;

Πριν χρόνια ξεκίνησα να νοικιάζω το εξοχικό μου στο Airbnb. Για να αυξήσω τις κρατήσεις, αποφάσισα να το βάλω και σε άλλες πλατφόρμες (Booking.com, Vrbo, TripAdvisor, Expedia, Tripvillas, κλπ.). Οι κρατήσεις πολλαπλασιάστηκαν! Ταυτόχρονα όμως πολλαπλασιάστηκε και ο χρόνος μου για να διατηρώ τα ημερολόγια σε κάθε κανάλι συγχρονισμένα ώστε να αποφύγω διπλοκρατήσεις. Στη συνέχεια, ως άνθρωπος της πληροφορικής και του Internet έψαξα να βρω ένα εργαλείο που να το κάνει αυτόματα για μένα. Δοκίμασα πάρα πολλά εργαλεία – όμως όλα ήταν ή πολύ ακριβά, ή δεν δούλευαν σωστά. Ήταν ολοφάνερο ότι υπήρχε ένα μεγάλο κενό στην παγκόσμια αγορά.

### ■ ■ ■ Περιγράψτε μας την ομάδα σας. Πώς γνωριστήκατε;

Ο co-founder μου, Πέτρος Ζιώγας, μηχανικός πληροφορικής με μεγάλη εμπειρία σε transactional συστήματα, είναι οικογενειακός φίλος. Τον Ιούνιο του 2017 ξεκινήσαμε μαζί να στήνουμε την Hosthub. Αρχικά λάβαμε χρηματοδότηση 200.000 € από angel investors και ξεκινήσαμε να χτίζουμε την ομάδα μας προκειμένου να υλοποιήσουμε το επιχειρηματικό μας πλάνο. Στη συνέχεια ακολούθησε χρηματοδότηση 600.000€ από την Velocity Partners με αποτέλεσμα σήμερα η Hosthub να έχει παρουσία σε 87 χώρες, να απασχολεί 25 άτομα προσωπικό, και πλέον να είναι κερδοφόρα.

### ■ ■ ■ Ποια είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που αντιμετωπίσατε μέχρι σήμερα;

Ξεκάθαρα ο Covid ήταν ένα μεγάλο «χαστούκι» και ένα μεγάλο στοίχημα για εμάς. Όμως προσαρμοστήκαμε στα νέα δεδομένα και κρατηθήκαμε στην αγορά μειώνοντας τα έξοδά μας, μετά από διαπραγματεύσεις με τους προμηθευτές μας, και αξιοποιώντας τα μέτρα της ελληνικής κυβέρνησης. Ταυτόχρονα εντοπίσαμε τις χώρες όπου η βραχυχρόνια μίσθωση και ο εσωτερικός τουρισμός συνέχισαν να λειτουργούν απρόσκοπτα

(π.χ. ΗΠΑ, Αυστραλία) και επεκτείναμε τις δραστηριότητές μας και σε αυτές. Έτσι κρατηθήκαμε και φτάσαμε στη μετά-Covid εποχή, όπου τα vacation rentals έχουν ξεπεράσει κατά πολύ τη δυναμική των ξενοδοχείων. Χαρακτηριστικά, η αγορά της βραχυχρόνιας μίσθωσης στην Ελλάδα το 2022 αγγίζει τα 3,3 δισ. ευρώ και της παγκόσμιας τα 200 δισ. δολάρια.

### ■ ■ ■ Μιλήστε μας για τα επόμενα βήματα της επιχείρησής σας.

Από την πρώτη μέρα που ξεκινήσαμε έχουμε τον ίδιο στόχο, να γίνουμε η Νο1 εταιρεία διαχείρισης κρατήσεων βραχυχρόνιας μίσθωσης στον κόσμο. Το επόμενο βήμα προς αυτόν τον στόχο είναι η επέκταση του πελατολογίου και η ενσωμάτωση νέων δυνατοτήτων και εργαλείων στην υπηρεσία μας που θα μας δώσουν τη δυνατότητα να απευθυνθούμε σε μεγαλύτερες εταιρείες διαχείρισης με εκατοντάδες ή χιλιάδες καταλύματα.



**Λεωνίδας Διαμαντόπουλος, CEO, Ιδρυτής**  
**Website: <https://techins.gr>**

**Φοιτητές: Νικόλαος Ανδρισάκης, Παντελής Ζενέτος,  
Στέφανος Κουζέλης**



■ ■ ■ Ποια είναι η επιχειρηματική σας ιδέα; Ποια τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρετε;

Ουσιαστικά το επιχειρηματικό μοντέλο βασίζεται στο κομμάτι του S.a.a.S, δηλαδή “Software as a Service”. Παρέχει πλατφόρμες οι οποίες εξελίσσονται συνεχώς και λειτουργούν με ένα συνδρομητικό μοντέλο πληρωμών. Εμείς ασχολούμαστε στο κομμάτι του ασφαλιστικού κλάδου και η κύρια λύση που προσφέρουμε σήμερα είναι ένας εύκολος, γρήγορος και διαδραστικός τρόπος για παρουσίαση – πώληση – εκπαίδευση των “Unit Linked” προϊόντων, τα οποία είναι αποταμιευτικά επενδυτικού χαρακτήρα, και βοηθάμε τον υποψήφιο πελάτη να καταλάβει ότι δεν έχει να φοβάται τίποτα από τα τρέχοντα συμβάντα στον κόσμο, όπως ο πόλεμος Ρωσίας-Ουκρανίας και οτιδήποτε δυσάρεστο γεγονός υπήρχε,

υπάρχει και θα υπάρχει. Δηλαδή να καταλάβει ότι όλα αυτά δεν εμποδίζουν με κανένα τρόπο τα επενδυτικά του σχέδια, οπότε μέσω αυτών των προγραμμάτων κερδίζει τον πληθωρισμό. Ουσιαστικά η πλατφόρμα δίνεται στον επαγγελματία του κλάδου για να του καλύψει ορισμένα χρηματοοικονομικά κενά που ίσως διαθέτει στις γνώσεις του και να έχει μια πολύ πιο ισχυρή επαγγελματική παρουσία μπροστά στον πελάτη. Εδώ αξίζει να σημειωθεί πως η Gen Z και οι Millennials (προς τους οποίους μέσα στην επόμενη πενταετία θα γίνει η μεγαλύτερη μεταφορά πλούτου από τους Boomers) για να αγοράσουν κάτι χρειάζονται την οπτικοποίηση. Έτσι λοιπόν η εφαρμογή μας «LUX» βοηθάει σε αυτό. Παράλληλα έχουμε και άλλες πλατφόρμες γύρω από τον κλάδο είτε για τη βοήθεια των managers στη διαχείριση των ασφαλιστών είτε για την προσωπική διαχείριση του χαρτοφυλακίου του καθενός.

### ■ ■ ■ Πώς προέκυψε η ιδέα σας;

Στην ηλικία των 17, κατά κάποιον τρόπο «αυτοστρατολογήθηκα» στον ασφαλιστικό κλάδο με τη βοήθεια ενός συμμαθητή μου στο λύκειο. Πήρα κανονικά την Πιστοποίηση Α για την άσκηση του επαγγέλματος ασφαλιστικού πράκτορα αμέσως μόλις ενηλικιώθηκα και για λίγο καιρό άσκησα την ιδιότητα αυτή. Για διάφορους λόγους, μετά από κάποιο καιρό αποχώρησα από τον κλάδο, αλλά έχοντας δει τα κενά και την κερδοφορία του, διότι ο μέσος επαγγελματίας του ασφαλιστικού κλάδου έχει εισοδήματα πολύ υψηλότερα από τα μέσα. Επανήλθα στο ξεκίνημα των σπουδών μου μέσω της τεχνολογίας, ξεκινώντας με τη δημιουργία μιας εφαρμογής για το διάβασμα στις εξετάσεις Α και Δ που δίνουν οι ασφαλιστές. Αυτό μου χάρισε γνωριμίες, εργάστηκα στην «SQ Learn» οι οποίοι με προσέλαβαν μετά τη δημιουργία και το λανσάρισμα της εφαρμογής μου, που έχει πελάτες το 80% των ασφαλιστικών εταιρειών, και έπειτα ξεκίνησα να υλοποιώ την εφαρμογή «LUX» στην οποία αναφερθήκαμε στη προηγούμενη ερώτηση. Η εφαρμογή «LUX» κυριαρχεί στην ελληνική αγορά καθώς έχουμε το 10% της αγοράς, δηλαδή είμαστε μπροστά από τον ανταγωνισμό, ο οποίος παρέχει εφαρμογές παρουσίασης και όχι τιμολόγησης, και παράλληλα επεκτεινόμαστε στην αγορά της Κύ-

πρου, της Βουλγαρίας, της Αλβανίας, και πιθανόν να επεκταθούμε και στην Αμερική μέσω μιας στρατηγικής συνεργασίας.

### ■ ■ ■ Περιγράψτε μας την ομάδα σας. Πώς γνωριστήκατε;

Η ομάδα αποτελείται από εμένα, τον CEO της TechIns, που στην αρχή ξεκίνησα γράφοντας κώδικα και έτσι γνωρίστηκα με έναν από τους κύριους συνεργάτες μου, τον Χρήστο. Με τον Χρήστο γνωριστήκαμε σε μια εργασία λογισμικού την οποία υλοποιήσαμε μαζί και από εκεί του μετέδωσα το όραμα και ακολούθησε. Σταδιακά ο Χρήστος ξεκίνησε να γράφει εκείνος όλο τον κώδικα. Μετά γνωριστήκαμε με έναν κορυφαίο χρηματοοικονομικό σύμβουλο που ακολούθησε στο κομμάτι της τεχνολογίας και όλοι οι υπόλοιποι στην πράξη έχουν υπαλληλικές σχέσεις με τη TechIns και ασχολούνται με προγραμματισμό, marketing και ενισχυτικές υπηρεσίες, όπως η γραμματεία.

### ■ ■ ■ Ποια είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που έχετε αντιμετωπίσει μέχρι σήμερα;

Η μεγαλύτερη δυσκολία που έχουμε συναντήσει είναι ότι, στατιστικά, το 80% του κλάδου είναι άνω των 55 ετών. Το πρόβλημα είναι πως είναι μεγάλοι σε ηλικία και εμείς προσφέρουμε τεχνολογικές λύσεις. Παράλληλα, λόγω των καλών εισοδημάτων τους, είναι «βολεμένοι», οπότε μέσω νέων τρόπων παρουσίασης και διαχείρισης πελατολογίου, τους «ξεβουλεύουμε». Σε κανέναν δεν αρέσει να προσαρμόζεται στις σύγχρονες συνθήκες. Ως αποτέλεσμα, αυτή τη στιγμή βρίσκονται σε αδράνεια και δεν τους ενδιαφέρει κάποια αλλαγή. Συνοπτικά, δεν έχουν τεχνολογική γνώση ούτε όρεξη να προσαρμοστούν και έχουν μάθει όλα να τους «δίνονται στο πιάτο», καθώς οι εταιρείες τους πληρώνουν τα γραφεία και απορροφούν όλα τα πάγια έξοδα που θα είχε οποιοσδήποτε άλλος επιχειρηματίας. Συνεπώς λειτουργούν με μια νοοτροπία πως όλα πρέπει να τους προσφέρονται από την εταιρεία στην οποία εργάζονται και οι ίδιοι να μη συμμετέχουν σε καμία πληρωμή ή διαδικασία. Ο ανταγωνισμός δε μας άγγιξε γιατί φαινομενικά, ιδίως στην Ελλάδα, ρίχνουμε ελεύθερες

βολές. Στη Κύπρο για παράδειγμα, μια άλλη εταιρεία ήταν αρκετά κοντά στο να μας ξεπεράσει, αλλά τελικά εύκολα επανήλθαμε, καθώς η άλλη εταιρεία δεν απέδιδε, ήταν άλλης γενιάς.

### ■ ■ ■ Μιλήστε μας για τα επόμενα βήματα της εταιρείας σας.

Ουσιαστικά είναι η οριστικοποίηση της αποκλειστικότητας στη μεγαλύτερη ασφαλιστική εταιρεία της Κύπρου, το οποίο θα μας σταθεροποιήσει πλήρως στην αγορά αυτής, και μετά η επέκτασή μας σε άλλες βαλκανικές χώρες. Στόχος μας είναι να ενδυναμώσουμε την πλατφόρμα μας και σταδιακά να παίρνουμε μερίδιο της αγοράς στις άλλες χώρες.





*Γιώργος Παπασταματίου, CEO, Ιδρυτής*  
*Website: [www.ten06.gr](http://www.ten06.gr)*

*Φοιτητές: Ηλία Ντούκση, Ειρήνη Γιαννοπούλου,*  
*Ιωάννης Κοντορούσης*



■ ■ ■ Ποια είναι η επιχειρηματική σας ιδέα; Ποια είναι τα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρετε;

Η start-up εταιρεία Ten06, την οποία εγώ έχω ιδρύσει, έχει αντικείμενο να διευκολύνει επιχειρήσεις στο κομμάτι του ψηφιακού μετασχηματισμού και η κύρια καινοτομία της είναι να αναπτύξει ολοκληρωμένα τεχνολογικά εργαλεία που συνδυάζουν την επιχειρησιακή λογική συγκεκριμένων κλάδων, ώστε μία επιχείρηση να μπορεί πολύ γρήγορα να χτίσει τις δικές τις εφαρμογές. Τα τεχνολογικά εργαλεία αυτά τα ονομάζουμε business blocks ή BBlocks που διευκολύνουν την ανάπτυξη εφαρμογών. Εστιάζουμε σε πρώτη φάση στον χώρο του τουρισμού και των ταξιδιών, τον οποίο γνωρίζουμε πολύ καλά. Στον τομέα αυτό αναπτύσσουμε εργαλεία που επιτρέπουν σε έναν ταξιδιωτικό πράκτορα να υλοποιήσει πολύ γρήγορα online μηχανές κρατήσεων, έχοντας εμείς υλοποιήσει το

backend system που ενσωματώνει την πολυπλοκότητα των business flows, υλοποιεί τις πηγές πληροφοριών (source APIs) από παρόχους όπως ακτοπλοϊκές και GDSs, διαχειρίζεται σε βάσεις δεδομένων όλη την απαραίτητη επικοινωνία με πηγές δεδομένων και με τους χρήστες ώστε να υπάρχει αναλυτική καταγραφή των κινήσεων και γενικά αναλαμβάνει όλη την πολυπλοκότητα που απαιτούν αυτές οι υλοποιήσεις. Ο ταξιδιωτικός πράκτορας στη συνέχεια μπορεί να διαμορφώσει το δικό του front end (user interface και UX) έχοντας πλέον διαθέσιμο το backend system, σε πολύ μικρότερο χρόνο, με πολύ μικρότερο κόστος και με ελάχιστη εξάρτηση από εξειδικευμένο προσωπικό (developers). Ήδη τα πρώτα δύο προϊόντα έχουν αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό. Το πρώτο ονομάζεται Bootes API που υλοποιεί το backend μίας μηχανής κρατήσεων για τη διαχείριση και έκδοση εισιτηρίων ακτοπλοΐας. Το δεύτερο ονομάζεται Bootes Platform που χρησιμοποιεί το Bootes API και έχει διαμορφώσει και ένα δυναμικό περιβάλλον front end (πλήρη web page, booking flow, σύνδεση με τράπεζα, δυνατότητα ενσωμάτωσης επιπλέον υπηρεσιών όπως ταξιδιωτική ασφάλεια και άλλα), ώστε ο ταξιδιωτικός πράκτορας να μπορεί να λειτουργήσει πλήρως online. Γενικά, απευθύνονται σε επαγγελματίες τουρισμού, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να λειτουργήσουν πλήρως ψηφιακά και να ανταποκριθούν άμεσα στις νέες τάσεις του τομέα.

### ■ ■ ■ Πώς προέκυψε η ιδέα σας;

Έχοντας 30 χρόνια εμπειρίας στη διαχείριση εταιρειών από ρόλους διευθυντικού συμβούλου ή γενικού διευθυντή, υπάρχει η εμπειρία στην οργάνωση επιχειρήσεων και του τρόπου με τον οποίο η τεχνολογία μπορεί να λειτουργήσει ως εργαλείο για την εξέλιξη μιας επιχείρησης. Η εφαρμογή της τεχνολογίας συνδυάζεται με την κατάλληλη ενίσχυση των δεξιοτήτων του προσωπικού και με την προσαρμογή των διαδικασιών, ώστε η τεχνολογία να τις επιταχύνει. Ειδικότερα, τα τελευταία 10 χρόνια έχω εστιάσει στον τομέα Travel Technology, δίνοντας σημασία σε όλο το vertical του τομέα τουρισμού και ταξιδιών (πάροχοι υπηρεσιών, ταξιδιωτικοί πράκτορες, θεσμικοί φορείς και βέβαια ο ταξιδιώτης). Έχω δια-

πιστώσει ένα σημαντικό κενό στην αγορά σχετικά με το πόσο γρήγορα μπορούν οι επιχειρήσεις τουρισμού να γίνουν full online και να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις που εξελίσσονται ραγδαία. Ενδεικτικά, ο σημαντικός ταξιδιώτης θέλει όσο το δυνατό πληρέστερη υπηρεσία, λειτουργεί 24x7, στο σπίτι του, στο καφέ, είναι από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου και θέλει και την εξυπηρέτηση να είναι άμεση. Αυτό σημαίνει ότι όλα τα συστήματα (παρόχων, σημείων πώλησης, σημείων ελέγχων όπως λιμάνια και αεροδρόμια κ.ο.κ.) πρέπει να λειτουργούν ψηφιακά, να διαδραματίζονται και να έχουν άμεση ανταπόκριση. Η υλοποίηση τέτοιων συστημάτων είναι ιδιαίτερα περίπλοκη, απαιτείται να συμμετέχουν ικανοί developers και domain experts –που όπως ξέρουμε είναι σε έλλειψη παγκοσμίως– και καταλήγουν σε υψηλό κόστος επένδυσης. Και η επένδυση δεν σταματάει εκεί, αλλά τέτοια συστήματα απαιτούν διαρκή υποστήριξη με κατάλληλους ειδικούς και συνεχή διερεύνηση του τρόπου προσαρμογής στις ολοένα μεταβαλλόμενες ανάγκες του παγκόσμιου τουρισμού. Οπότε, τα προϊόντα μας τι προσφέρουν: ταχύτητα υλοποίησης, μείωση κόστους για τους επαγγελματίες τουρισμού, εξασφάλιση τους ότι εμείς αναλαμβάνουμε όλες τις προσαρμογές στις διαρκείς απαιτήσεις και βέβαια τη δυνατότητα να ανταποκριθούν στην πελατεία τους. Ενδεικτικά αναφέρω ότι μία online μηχανή κρατήσεων για ακτοπλοϊκά απαιτεί τουλάχιστον 15-18 ανθρωπομήνες για να φτάσει σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο λειτουργίας και αυτό, με τα συστήματά μας, μειώνεται σε 1-3 AM. Με την προϊόντοποίηση που κάνουμε, δημιουργούνται δυνατότητες στους πελάτες μας να έχουν μια τέτοια λύση πολύ πιο οικονομική από το να τη φτιάχνουν μόνοι τους.

### ■ ■ ■ Περιγράψτε μας την ομάδα σας.

Η Ten06 λειτουργεί με την εσωτερική της ομάδα και με συγκεκριμένους εξωτερικούς συνεργάτες. Η εσωτερική ομάδα (στην οποία συμμετέχω) έχει όλο τον σχεδιασμό, την υλοποίηση των κομβικών τμημάτων του προϊόντος και βέβαια τα intellectual property rights (δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας). Επίσης, η εσωτερική ομάδα έχει την ευθύνη των πωλήσεων και των συνεργασιών. Η εξωτερική ομάδα αναλαμβάνει εξειδι-

κευμένα τμήματα τη εφαρμογής και των έργων, βάσει του σχεδιασμού που έχουμε κάνει. Στην εσωτερική ομάδα είμαστε 4 άτομα και, όπως καταλαβαίνετε, κάνουμε οτιδήποτε χρειάζεται μία εταιρεία. Στην εξωτερική ομάδα είναι τρεις εταιρείες πλέον και ανάλογα με το project που ξεκινάμε εμπλέκονται σε αυτό.

### ■ ■ ■ Ποια είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που αντιμετωπίσατε μέχρι σήμερα;

Η μεγαλύτερη δυσκολία σε μια start-up είναι η διαθεσιμότητα κεφαλαίων γιατί ξεκινά με τα διαθέσιμα του/των ιδρυτών της. Στην περίπτωσή μας, επειδή αναπτύσσουμε ένα προϊόν, χρειάζεται αρχική επένδυση για μισθούς και γενική λειτουργία, ενώ παράλληλα αναζητούνται πωλήσεις (έργα δηλαδή) που θα τροφοδοτήσουν χρηματοδοτικά τη συνέχεια. Σε μία επιχείρηση, το μόνο σίγουρο είναι τα κόστη, ξέχωρα από τα πολλά έκτακτα που μπορούν να συμβαίνουν. Επομένως, το cashflow είναι αυτό που οδηγεί τη δυνατότητα να επιταχυνθούν ή να επιβραδυνθούν οι ενέργειες που απαιτούνται για την ταχύτερη διείσδυση στην αγορά, δηλαδή την υλοποίηση του business plan. Οπότε, πέραν της καλής επιχειρηματική ιδέας, αυτό είναι ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα που πρέπει κανείς να έχει υπόψη του.

### ■ ■ ■ Μιλήστε μας για τα επόμενα βήματα της επιχείρησής σας.

Στο αντικείμενό μας, περιλαμβάνουμε τη συμβουλευτική υπηρεσία προς επιχειρήσεις και αυτό σταδιακά επεκτείνεται. Στα business blocks πλέον εστιάζουμε αποκλειστικά στο travel technology, έχοντας ήδη 3 πελάτες σε λειτουργία, και ο στόχος μας είναι μέχρι το τέλος του χρόνου να έχουν ανέλθει σε 8. Παράλληλα εξελίσσουμε τις λύσεις μας, ώστε μέσα στο 2024 να επεκταθούμε στην Ευρώπη και με ένα φιλόδοξο πλάνο μάρκετινγκ να φτάσουμε στο 2026 με περισσότερες από 250 εγκαταστάσεις.





**Κωνσταντίνος Καράλας, Product manager, Συνιδρυτής**  
**Website: <https://travel2fit.com>**

**Φοιτητές: Νικολέτα Παπαμιχαήλ, Ευαγγελία Μηλιώνη,  
Βασιλική Τσίπη**



## Travel2Fit

### ■ ■ ■ Ποιος ο ρόλος σας και η θέση σας στην εταιρεία;

Είμαι συνιδρυτής και product manager της νεοφυούς επιχείρησης Travel2Fit. Ασχολούμαι κυρίως με το κομμάτι που έχει να κάνει με την ανάπτυξη και τη χρήση της πλατφόρμας (αναγνώριση αναγκών, σχεδιασμός λύσεων, στόχευση δραστηριοτήτων), καθώς και με την εκμετάλλευση των δεδομένων που θα προσδώσουν ευφυΐα στην παρεχόμενη υπηρεσία.

### ■ ■ ■ Ποια είναι η επιχειρηματική σας ιδέα; Ποια είναι τα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρετε;

Το Travel2Fit είναι μια διαδικτυακή πλατφόρμα δημιουργίας ταξιδιωτικών προτάσεων και οικονομικών προσφορών που αναπτύχθηκε για

να καλύψει τις ανάγκες των σύγχρονων ταξιδιωτικών συμβούλων. Βοηθά στη γρήγορη δημιουργία, διαχείριση, παρακολούθηση και αυτόματη ενημέρωση όμορφων διαδικτυακών προτάσεων, οι οποίες συνοδεύονται από πλούσιο περιεχόμενο για τον προορισμό ενδιαφέροντος του υποψήφιου ταξιδιώτη. Με αυτόν τον τρόπο, το Travel2Fit φιλοδοξεί να γίνει το κεντρικό εργαλείο της καθημερινότητας ενός ταξιδιωτικού συμβούλου, απλουστεύοντας τη διαδικασία πωλήσεων η οποία μέχρι σήμερα περιλαμβάνει τη χρήση πλήθους μη-συνδεδεμένων εργαλείων σε κάθε της βήμα. Με λίγα λόγια, ο ταξιδιωτικός σύμβουλος καλείται να διαμορφώσει τα στοιχεία του ταξιδιωτικού πακέτου (π.χ. ξενοδοχεία, δωμάτια, μεταφορικά, υπηρεσίες, δραστηριότητες), και το Travel2Fit αναλαμβάνει να δημιουργήσει έναν μοναδικό σύνδεσμο (web link) που περιέχει όλες τις πληροφορίες για το ταξίδι. Στη συνέχεια, ο σύμβουλος στέλνει τον σύνδεσμο στον πελάτη του, έτσι ώστε αυτός να επιλέξει τελικά τα στοιχεία της προσφοράς που επιθυμεί διατηρώντας έναν ανοιχτό διάλογο επικοινωνίας. Παράλληλα, προσπαθούμε να αναπτύξουμε και νέες υπηρεσίες. Το τελευταίο διάστημα έχουμε στρέψει την προσοχή μας στα revenue management εργαλεία για ξενοδοχεία. Ένα πρωτότυπο (MVP) αναπτύχθηκε πιλοτικά για περιοχές της Ισπανίας με τη βοήθεια ενός χρηματοδοτούμενου ευρωπαϊκού έργου και έτσι εξετάζουμε τώρα τη δυνατότητα μεταφοράς του στα ελληνικά δεδομένα.

### ■ ■ ■ Πώς προέκυψε η ιδέα σας;

Η αρχική ιδέα προέκυψε από προσωπικά βιώματα καθώς είμαστε λάτρεις των ταξιδιών και αναζητούμε μέσα από αυτά νέες εμπειρίες. Βρεθήκαμε λοιπόν αρκετές φορές μπροστά από το ερώτημα «ποιο να είναι το επόμενο ταξίδι μου;». Η απάντηση δεν είναι εύκολη και σύντομα παρατηρήσαμε ότι είτε θα έπρεπε να αφιερώνουμε αρκετό προσωπικό χρόνο για την αναζήτηση πληροφοριών είτε θα έπρεπε να απευθυνθούμε σε κάποιον ταξιδιωτικό σύμβουλο. Η όλη προσπάθεια ξεκίνησε μετά τη διαπίστωση ότι ακόμα και έμπειροι ταξιδιωτικοί σύμβουλοι αφιερώνουν αρκετό χρόνο για τη σχεδίαση, την παρουσίαση στον πελάτη

και τη διαχείριση των εξατομικευμένων (tailor-made) ταξιδιών. Μάλιστα, πολλές φορές, ιδιαίτερα σε περιόδους αιχμής, αποστέλλονται μη επαγγελματικές προτάσεις, οι οποίες δεν είναι αισθητικά ελκυστικές και δεν περιλαμβάνουν ικανοποιητικό περιεχόμενο, με κίνδυνο να χαθούν πελάτες. Κατ' αυτόν τον τρόπο, σκεφτήκαμε να αναπτύξουμε μια λύση που θα αξιοποιεί τη σύγχρονη τεχνολογία προς όφελος τόσο του ταξιδιωτικού συμβούλου, όσο και του ταξιδιώτη. Στην πορεία, συνειδητοποιήσαμε ότι ταξιδιωτικές προτάσεις στέλνουν και τα ξενοδοχεία, οπότε στραφήκαμε και προς αυτή την αγορά.

### ■ ■ ■ Περιγράψτε μας την ομάδα σας. Πώς γνωριστήκατε;

Η ιδρυτική ομάδα αποτελείται από 3 άτομα. Όλοι μας έχουμε κυρίως τεχνικό (engineering) υπόβαθρο, ενώ έχουμε συνεργαστεί ξανά στο παρελθόν σε εταιρεία πληροφορικής, όπου και γνωριστήκαμε. Καθένας μας έχει αναλάβει κομμάτι του business, του product και του software development, ανάλογα με την εμπειρία του. Αυτή την περίοδο εντάχθηκε στην ομάδα και ένα νέο άτομο που προέρχεται από τον χώρο του τουρισμού με στόχο να μας βοηθήσει σε θέματα πωλήσεων.

### ■ ■ ■ Ποια είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που αντιμετωπίσατε μέχρι σήμερα;

Ο κλάδος του τουρισμού δεν είναι πολύ εξοικειωμένος με την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση, οπότε προκύπτουν δυσκολίες στην επικοινωνία και την πώληση ενός τεχνολογικού προϊόντος. Μάλιστα, το πρόβλημα ήταν εντονότερο κατά τα πρώτα στάδια, όπου καθώς δεν προερχόμαστε άμεσα από τον χώρο, μας ήταν δύσκολο να επικοινωνήσουμε αποτελεσματικά «μιλώντας τη γλώσσα τους».

### ■ ■ ■ Μπορείτε να μας μιλήσετε για τα επόμενα βήματα της επιχείρησής σας;

Στόχος μας για το επόμενο διάστημα είναι η διαμόρφωση μιας αποδοτι-

κότερης στρατηγικής πωλήσεων και μάρκετινγκ. Παράλληλα, προσπαθούμε να τρέχουμε πιλοτικά με ξενοδοχεία και ταξιδιωτικά γραφεία, έτσι ώστε να παίρνουμε πολύτιμο feedback για την περαιτέρω ανάπτυξη της υπηρεσίας μας. Τέλος, στόχος είναι να έχουμε παρουσία σε κοινότητες που θα βοηθήσουν την ανάπτυξη του επιχειρηματικού μας πλάνου, αλλά και να συμμετέχουμε σε ερευνητικά συγχρηματοδοτούμενα έργα σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο.





**Νίκος Γκούβας, Director, Ιδρυτής**  
**Website: [www.melapus.com](http://www.melapus.com)**

**Φοιτητές: Άρτεμις Μπρατοπούλου, Μαρία Πουργιανού**

## ●● melapus

■ ■ ■ Ποια ήταν η επιχειρηματική σας ιδέα; Ποια είναι τα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρετε;

Η Melapus δεν είναι μια απλή επιχειρηματική ιδέα, είναι μια διαδικτυακή πλατφόρμα τηλεψυχιατρικής, η οποία δίνει τη δυνατότητα, ακόμα και σε άτομα που δεν γνωρίζουν από υπολογιστές, να μιλήσουν διαδικτυακά με έναν ψυχίατρο ή ψυχολόγο, με απόλυτη ασφάλεια, και να πραγματοποιήσουν την πληρωμή εύκολα και γρήγορα διαδικτυακά. Παράλληλα ασχολούμαστε με την τεχνητή νοημοσύνη, όπου έχουμε φτιάξει ένα λογισμικό που αναγνωρίζει τέσσερα βασικά συναισθήματα και μας δίνει σε πραγματικό χρόνο reports για το πώς νιώθει ο ασθενής. Τέλος, εργαζόμαστε πάνω στο voice recognition, ώστε να βγάσουμε προληπτικά μοντέλα για όλες τις ασθένειες.

### ■ ■ ■ Πώς προέκυψε η ιδέα σας;

Η ιδέα ξεκίνησε από εμένα το 2013. Σκέφτηκα πως υπάρχει μια τεράστια ανάγκη για startup στην Ευρώπη που να ειδικεύεται στο κομμάτι της ψυχικής υγείας, καθώς τότε τα πράγματα δεν ήταν όπως είναι σήμερα, μετά την πανδημία COVID-19, και η βοήθεια από ψυχολόγους ή ψυχιάτρους θεωρούνταν κάτι κακό. Το 2017 που ξεκίνησε η Melarus να δραστηριοποιείται ήμασταν μοναδικοί στην Ευρώπη. Μέσω της πανδημίας, οι Έλληνες εξοικειώθηκαν με τις χρεωστικές ή πιστωτικές κάρτες και τις πληρωμές από το διαδίκτυο, αφού μέχρι το 2015 αυτό ήταν αδύνατο και δυσκόλευε το έργο μας. Έτσι, ξεκίνησα την εταιρεία μαζί με τη βοήθεια ενός developer, ενώ σήμερα είμαστε μια ομάδα 8 ατόμων μεταξύ των οποίων είναι ο Νίκος Νικολάου και ο Γιάννης Ζαούδης, ο οποίος είναι ο τεχνολογικός μας κολοσσός. Πρέπει να σημειωθεί πως συνεργαζόμαστε και με όλα τα ελληνικά πανεπιστήμια και προσπαθούμε οι πράξεις μας και οι ενέργειές μας να έχουν μεγάλο αντίκτυπο στον κόσμο γενικότερα.

### ■ ■ ■ Περιγράψτε μας την ομάδα σας. Πώς γνωριστήκατε;

Συγκεκριμένα ο Νίκος Νικολάου έμαθε για το εγχείρημά μου και με προσέγγισε ο ίδιος, αφού τον ενδιέφερε πολύ και στόχευε σε κάτι παρόμοιο. Στην αρχή όμως, είχα ξεκινήσει με έναν άλλον developer, τον οποίο είχα ψάξει εγώ ο ίδιος και δεν υπήρχαν χρήματα. Ξεκίνησαν όλα σιγά σιγά, από ιατρείο σε ιατρείο, παίρναμε τηλέφωνα συναδέλφους για να γραφτούν στην πλατφόρμα και στη συνέχεια ήρθαν οι πρώτες χρηματοδοτήσεις, οι οποίες μας βοήθησαν να μεγαλώσουμε την Melarus και να φτάσουμε εδώ που είμαστε σήμερα.

### ■ ■ ■ Ποια είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που αντιμετωπίσατε μέχρι σήμερα;

Αυτό που μαθαίνεις όταν μπεις στον χώρο των επιχειρήσεων είναι ότι η ιδέα είναι το εύκολο κομμάτι της υπόθεσης. Η δυσκολία όλη βρίσκεται στην εκτέλεση της ιδέας, το execution, και το timing, συγκεκριμένα το

τι χρήματα θα βρεις και πού θα τα βρεις. Η ιδέα πρέπει να είναι σωστά δομημένη, ώστε να ελκύει τις χρηματοδοτήσεις. Πάντα πρέπει να στοχεύεις σε κάτι μεγάλο. Για μένα, όλα είναι στο commitment, δηλαδή στη δέσμευση στην ιδέα σου. Όποιος θέλει να πετύχει κάτι παρόμοιο, πρέπει να ξεκινήσει και να είναι 100% αφοσιωμένος εκεί, δεν μπορεί να απασχολείται με κάτι άλλο παράλληλα. Ακόμη, πρέπει να είναι αρκετά ανοιχτός ώστε να ρωτάει, να μαθαίνει. Προσωπικά, σε ηλικία 40 ετών, πήγα και ξαναέκανα, από το μηδέν, μαθήματα επιχειρηματικότητας σε όλα τα επίπεδα για να μπορέσω να αντεπεξέλθω και να καταλάβω πώς λειτουργούν τα πράγματα, παρόλο που έχω επιχειρηματικό ιστορικό από του γονείς μου, και πιο συγκεκριμένα από τη μητέρα μου που ασχολείται με άλλα πράγματα. Πρέπει λοιπόν να ενημερώνεσαι συνέχεια και να είσαι αφοσιωμένος, να σπαταλήσεις πολύ χρόνο σε αυτό που θες και θα σου φέρει τα κατάλληλα αποτελέσματα.

### ■ ■ ■ Μιλήστε μας για τα επόμενα βήματα της επιχείρησής σας.

Τη συγκεκριμένη στιγμή προσπαθούμε να τη μεγαλώσουμε όσο περισσότερο γίνεται και εστιάζουμε στην εξωστρέφεια, να μπορέσουμε να κάνουμε πράγματα εκτός Ελλάδος. Η πλατφόρμα μας ήδη συνεργάζεται με εταιρείες της Αμερικής στο κομμάτι της νοημοσύνης και προσπαθούμε να γίνουμε όσο πιο εξωστρεφείς γίνεται, διότι η ελληνική αγορά στην πραγματικότητα δεν είναι μεγάλη στο δικό μας αντικείμενο, συγκεκριμένα της ψυχικής υγείας. Έτσι, μέσω συνεργασιών για αρχή στοχεύουμε να κινηθούμε στο εξωτερικό.





**Vendora**

**Kimon Tousmanof, Head of Marketing**

**Website: <https://vendra.gr>**

**Φοιτητές: Φραντζέσκα Πανάγου, Κωνσταντίνα Στανσιίδου**



■ ■ ■ Ποια είναι η επιχειρηματική σας ιδέα; Ποια είναι τα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρετε;

Αυτό που κάνουμε εμείς κατά βάση είναι να φέρνουμε σε επαφή αγοραστές και πωλητές από όλη την Ελλάδα, ώστε να κάνουν μια συναλλαγή. Είμαστε δηλαδή μια πλατφόρμα αγγελιών που προσφέρει σε ιδιώτες και ιδιοκτήτες επιχειρήσεων την ευκαιρία να πουλήσουν ή να αγοράσουν νέα και μεταχειρισμένα αντικείμενα ευκολότερα και ασφαλέστερα από τον ανταγωνισμό. Κυρίως εστιάζουμε σε μεταχειρισμένα προϊόντα, αλλά έχουμε και αρκετά καινούρια πλέον. Η τεράστια κοινότητα των μελών μας αγοράζει, ανακυκλώνει και μεταπωλεί προϊόντα σε περισσότερες από 20 κατηγορίες. Η νέα μας υπηρεσία είναι η «Αγορά μέσω Vendora», όπου ουσιαστικά λειτουργούμε ως μεσολαβητές σε κάθε συναλλαγή και διασφαλίζουμε και την αποστολή των δεμάτων και την πληρωμή και γε-

νικότερα όλη τη διαδικασία. Η υπηρεσία αυτή δημιουργήθηκε για την ασφάλεια και αξιοπιστία των συναλλαγών, και με αυτόν τον τρόπο προστατεύεται ο αγοραστής και ο πωλητής από τον κίνδυνο απάτης.

### ■ ■ ■ Πώς προέκυψε η ιδέα σας;

Ο CEO, ο Robin, που κατάγεται από την Ολλανδία, είχε χτίσει παλαιότερα το 1999 κάτι αντίστοιχο της Vendora στην Ολλανδία και το πούλησε το 2004 στο eBay. Η ιδέα ξεκίνησε στα τέλη του 2017-αρχές του 2018, αφού έχοντας μεγάλη εμπειρία έκανε έρευνα αγοράς στην Ελλάδα και παρατήρησε πως ο ανταγωνισμός ήταν ελάχιστος και υπήρχε ενδιαφέρον από τον κόσμο για αγοραπωλησίες online. Κάπως έτσι επέλεξε τότε να δραστηριοποιηθεί και στην Ελλάδα. Παρατήρησε, δηλαδή, πως αυτοί που ήταν τότε ενεργοί στην ελληνική αγορά, όπως η Χρυσή Ευκαιρία, το Car, ο Σπιτόγατος, και διάφορες τέτοιους είδους εταιρείες, να μην υπήρχαν αλλά δεν είχαν πάρει επένδυση από τις μεγάλες πλατφόρμες, όπως είναι το eBay για παράδειγμα. Δηλαδή η Ελλάδα ήταν τότε πολύ νέα αγορά στο κομμάτι αυτό. Έτσι λοιπόν επέλεξε τότε την Ελλάδα και έκανε σιγά σιγά την αρχή και σήμερα είμαστε αυτοί που είμαστε, έχουμε μεγαλώσει αρκετά.

### ■ ■ ■ Πείτε μας λίγα πράγματα για το πώς εισαχθήκατε στην ομάδα. Περιγράψτε μας την ομάδα σας. Πώς γνωριστήκατε;

Αρχικά εγώ το 2016 ήρθα στην Ελλάδα επειδή είχα μια ιδέα για δικιά μου startup. Την ξεκίνησα, λειτούργησε 2-3 χρόνια και πήγε μια χαρά, και ο μέντοράς μου τότε ήταν ο Robin, ο CEO της Vendora. Κάποια στιγμή λοιπόν σταμάτησα τη δικιά μου startup και τότε ο Robin μου έκανε πρόταση συνεργασίας για να μπω στο Marketing της Vendora, οπότε και δέχτηκα. Όσον αφορά την υπόλοιπη ομάδα της επιχείρησης, η οποία είναι σχετικά μικρή αυτή τη στιγμή, ειδικά σε σχέση με τον ανταγωνισμό, τα τμήματα που έχουμε αυτή τη στιγμή είναι: το Customer Support, οι Developers, το Marketing, το Product. Ορισμένοι από την ομάδα μας είναι γνωστοί με τον Robin, όπως και εγώ, από προηγούμενες συνεργα-

σίες, αλλά οι υπόλοιπες θέσεις ουσιαστικά καλύφθηκαν με τον κλασικό τρόπο, αγγελίες σε διάφορα site και τους εντοπίσαμε έτσι.

### ■ ■ ■ Ποια είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που αντιμετωπίσατε μέχρι σήμερα;

Σε κάθε φάση της η οποιαδήποτε εταιρεία αντιμετωπίζει δυσκολίες, ειδικά όταν μιλάμε για marketplaces όπως είναι η Vendora, όπου το δύσκολο κομμάτι σε αυτές τις περιπτώσεις είναι το να καταφέρεις να δημιουργήσεις μια ισορροπία ανάμεσα σε προσφορά και ζήτηση. Δηλαδή εμείς σαν Vendora εάν είχαμε πάρα πολλούς πωλητές, και δεν είχαμε τους αντίστοιχους αγοραστές, δεν θα υπήρχε ευχαρίστηση από τους πωλητές καθώς δεν θα πετύχαιναν την πώληση των προϊόντων τους. Ενώ, αντίστοιχα, εάν είχαμε παραπάνω αγοραστές απ' ότι πωλητές, τότε οι αγοραστές δεν θα εντόπιζαν τα προϊόντα που ήθελαν. Οπότε η δυσκολία είναι, ειδικά στην αρχή, να βρεις αυτήν την ισορροπία μεταξύ προσφοράς και ζήτησης, δηλαδή το πώς θα καταφέρεις να πείσεις τους πρώτους πωλητές να σε εμπιστευτούν και να ανεβάσουν την αγγελία τους στο δικό σου site και όχι σε κάποιου άλλου. Στο ξεκίνημά μας, λοιπόν, αντιμετωπίσαμε αυτήν τη δυσκολία, η οποία ήταν από τις βασικότερες.

### ■ ■ ■ Μιλήστε μας για τα επόμενα βήματα της επιχείρησής σας.

Ο επόμενος στόχος θα ήταν να κατακτήσουμε όλη την Ελλάδα, να κατακτήσουμε και το marketplace άλλων πλατφορμών, όπως είναι για παράδειγμα το «car.gr» για την αγορά αμαξιών και ο «Σπιτόγατος» για την ενοικίαση και αγορά ακινήτων. Σε επόμενο στάδιο θα είναι σιγά σιγά να κοιτάμε σε ποιες άλλες αγορές θα εισαχθούμε, υπάρχει ήδη ένα πρώτο πλάνο για τα Βαλκάνια, και ξεκινήσαμε να εστιάζουμε στην Κύπρο για app installs και στη Βουλγαρία, οπότε το επόμενο βήμα θα ήταν να κοιτάξουμε και λίγο πιο πέρα στην Ευρώπη.



## Χαρισμάθεια

Αλέξανδρος Παπανδρέου, Γενικός διευθυντής, Ιδρυτής  
Website: <https://charismatheia.edu.gr>

Φοιτητές: Μαρία Χατζηκρίτη, Αλέξανδρος Χατζηνικολάου



■ ■ ■ Ποια είναι η επιχειρηματική σας ιδέα; Ποια είναι τα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρετε;

Απευθυνόμαστε σε παιδιά τα οποία είναι κυρίως μαθητές Δημοτικού και έχουμε ως στόχο να φτιάξουμε εξατομικευμένα μονοπάτια μάθησης για κάθε μαθητή, ώστε να ταιριάζουν στο επίπεδο ετοιμότητάς του, στα ενδιαφέροντά του, στα δυνατά και αδύνατα σημεία του. Μας ενδιαφέρει να μαθαίνει με έναν πιο παιγνιώδη τρόπο και να είναι για μεγαλύτερο χρόνο engaged στο μονοπάτι μάθησης.

■ ■ ■ Πώς προέκυψε η ιδέα σας;

Ουσιαστικά είδαμε ότι υπάρχει αυτό το κενό στην αγορά, αφού η εκπαί-

δευση που έχουμε σήμερα δεν ανταποκρίνεται στα επίπεδα των αναγκών που υπάρχουν, ο τρόπος της είναι αρκετά απαρχαιωμένος και το αντικείμενό της είναι σε μεγάλο βαθμό ξεπερασμένο, αφού επικεντρώνεται στην αποστήθιση. Βρήκαμε λοιπόν έναν τρόπο για να παντρέψουμε αυτά που έχουν να μάθουν τα παιδιά με παιχνίδια, με πλούσια πολυμεσικά περιβάλλοντα και εναλλαγές εικόνων και ερεθισμάτων. Εισάγουμε μία πιο διαδραστική διαδικασία στην εκπαίδευση, ώστε να γίνει πιο ενδιαφέρουσα και να έρθει πιο κοντά στην καθημερινότητα των παιδιών.

**■ ■ ■ Σε σχέση με το Δημοτικό αυτά παντρεύονται; Βοηθούνται τα παιδιά και για τα μαθήματα του σχολείου που απαιτούν έναν διαφορετικό τρόπο σκέψης και μάθησης;**

Ουσιαστικά αυτό κάνουμε, τους διδάσκουμε τα μαθήματα του σχολείου με έναν εντελώς διαφορετικό τρόπο και η αξιολόγηση μέχρι στιγμής δείχνει ότι επιτυγχάνουμε περίπου 35 έως 40% αύξηση δεξιοτήτων των παιδιών χωρίς να μειώνεται η γνωστική τους επάρκεια. Άρα δίνουμε έμφαση στο κομμάτι της ανάπτυξης και καλλιέργειας δεξιοτήτων και το επιτυγχάνουμε σε έναν αρκετά μεγάλο βαθμό χωρίς αυτό να ζημιώνει τη γνωστική επάρκεια των παιδιών.

**■ ■ ■ Ένα παιδί πόσες φορές την εβδομάδα θα πρέπει να παρακολουθεί – επί καθημερινής βάσης, μία φορά την εβδομάδα...;**

Ουσιαστικά το πρόγραμμα που έχουμε φτιάξει αντικαθιστά το πρόγραμμα του σχολείου, εννοώ ότι καλύπτει πλήρως τους στόχους του σχολείου και εφαρμόζεται σε σχολεία τα οποία κάνουν το πρόγραμμά τους μέσα από τα δικά μας βιβλία καλύπτοντας το σύνολο της ύλης του σχολείου.

**■ ■ ■ Περιγράψτε μας την ομάδα σας. Είχατε μόνος σας αυτήν την ιδέα, υπάρχει και ομάδα που βοηθά στην υλοποίησή της; Πώς γνωριστήκατε; Με ποια κριτήρια επιλέξατε τους συνεργάτες σας;**

Το όραμα και η ιδέα είναι δικά μου. Προφανώς υπάρχει ομάδα, δεν είναι

δυνατόν ένας άνθρωπος να το φτιάξει όλο αυτό. Αρχικά το βασικό κριτήριο επιλογής των συνεργατών μου ήταν το κατά πόσο πιστεύουν στην ιδέα αυτή, πώς πιστεύουν ότι μπορεί να εξελιχθεί και αν πιστεύουν ότι έχει νόημα, και μετά οι δεξιότητές τους, τα skills που έχουν, αλλά και το δυναμικό που έχουν για να αναπτύξουν νέα skills. Σε μία προσπάθεια να αλλάξεις τον τρόπο που λειτουργούν τα πράγματα είναι σημαντικό να μην επικεντρώνεσαι στα χαρακτηριστικά που έχουν οι συνεργάτες σου, αλλά στο κατά πόσο μπορούν να τα εξελίσουν ώστε να προσαρμοστούν στις ανάγκες που θα δημιουργηθούν στο μέλλον.

### ■ ■ ■ Εσείς ποια skills θέλατε από έναν συνάδελφο, έναν συνεργάτη;

Δεν έχουν όλοι το ίδιο skill set. Άλλους ανθρώπους τους χρειάζεσαι για να μπορούν να εκτελούν, αν είναι μεθοδικοί, και να τους εμπιστεύεσαι ότι θα φέρουν εις πέρας πράγματα. Άλλους για να καθοδηγούν, άλλους για να χτίζουν ομάδες, άλλους για τις ιδέες τους, άλλους για να εμπυχωθούν. Κάποιοι άνθρωποι χρειάζεται να έχουν πολύ καλή γνώση, άλλοι χρειάζεται να έχουν φαντασία, ευρηματικότητα και ιδέες. Άλλοι χρειάζεται να έχουν την ικανότητα να βρίσκουν πράγματα με ευκολία και άλλοι να έχουν ευελιξία. Εννοώ ότι προφανώς δεν χρειάζεται ένας τύπος ανθρώπου για να μπορέσει να φτιαχτεί μια ομάδα.

### ■ ■ ■ Από πόσα άτομα αποτελείται η ομάδα σας αυτήν τη στιγμή;

Αυτήν τη στιγμή είμαστε στα 33 άτομα.

### ■ ■ ■ Ποια είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που αντιμετωπίσατε μέχρι σήμερα;

Το γεγονός ότι έχει εμποτιστεί στον καθένα μας ο τρόπος εκπαίδευσης που ισχύει μέχρι σήμερα και αυτό ουσιαστικά δυσκολεύει τους ανθρώπους να αλλάξουν τον τρόπο σκέψης τους και να αναπλαισιώσουν τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται την εκπαίδευση. Επομένως υπάρ-

χει μεγάλο learning curve, δηλαδή τους παίρνει αρκετό χρόνο μέχρι να μπορέσουν να εξοικειωθούν με νέους τρόπους μάθησης.

### ■ ■ ■ Μιλήστε μας για τα επόμενα βήματα της επιχείρησής σας.

Τώρα ουσιαστικά θέλουμε να τελειώσουμε το content και να το αξιολογήσουμε. Μετά να το φορτώσουμε στην πλατφόρμα και να φτιάξουμε έναν αλγόριθμο τεχνητής νοημοσύνης για να βγαίνουν σχετικά αυτόματα τα ατομικά μονοπάτια για τον καθένα και να βγούμε εκτός Ελλάδας στο εξωτερικό.

### ■ ■ ■ Πόσα χρόνια λειτουργεί η εταιρεία;

Η προσπάθεια αυτή έχει ξεκινήσει εδώ και 11 χρόνια, ενώ ως εταιρεία στην προσπάθεια αυτή είμαστε στον πέμπτο χρόνο.

### ■ ■ ■ Έχετε πελάτες μόνο από την Αττική; Έχετε προγράμματα διαδικτυακά;

Έχουμε πελάτες απ' όλη την Ελλάδα. Έχουμε προγράμματα που είναι off-line και προγράμματα που είναι on-line. Η ιδέα είναι να γίνεται off-line, υβριδικά, αλλά και πλήρως on-line, χωρίς ιδιαίτερη παρέμβαση από χειριστές, ώστε να κάνει scale-up.



Wassem Zureikat  
Νικόλαος Ανδριτσάκης  
Ιωάννα Γεράκη  
Σωτηρία Γεωργίου  
Ειρήνη Γιαννοπούλου  
Νεκταρία Γιαννώτα  
Κωνσταντίνος Γκαμπής  
Παντελής Ζενέτος  
Κωνσταντίνα Δάντου  
Διονυσία Καραμουσά  
Τατιάνα Κατωπόδη – Βασάλου  
Ιωάννα Κιρμιζίδου  
Ιωάννης Κοντορούσης  
Στέφανος Κουζέλης  
Ευαγγελία Μηλιώνη  
Βασίλειος Μπλάτζος  
Άρτεμις Μπρατοπούλου  
Ιωάννης Μπρέμπος  
Έλλη Ναούμη  
Ηλία Ντούκση  
Φραντζέσκα Πανάγου  
Νικολέτα Παπαμιχαήλ  
Μαρία Πουργιανού  
Κωνσταντίνα Στανσιδου  
Βασιλική Τσίπη  
Ευαγγελία Χανιωτάκη  
Μαρία Χατζηκρίτη  
Αλέξανδρος Χατζηνικολάου

