



Δελτίο Τύπου

Αθήνα, 14 Μαΐου 2021

Γιώργος Τερζής στο 6ο Delphi Economic Forum: «Διαχρονική αξία για τη φιλοσοφία και τη λειτουργία της Alpha Bank το “τιμίως επιχειρείν”»

Τον τρόπο με τον οποίο η Alpha Bank ανταποκρίνεται στις σύγχρονες απαιτήσεις της κοινωνίας και κερδίζει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών μέσα από πρωτοβουλίες που προάγουν τη βιωσιμότητα, την περιβαλλοντική μέριμνα, την κοινωνική αλληλεγγύη και τη διαφανή επικοινωνία, ανέλυσε μεταξύ άλλων ο Διευθυντής Marketing και Εταιρικής Επικοινωνίας της Alpha Bank, Γιώργος Τερζής, από το πάνελ **"Communicate Sustainability Honestly"** του 6ου Delphi Economic Forum.

Το «MAZI» του Γιάννη Κωστόπουλου παρακαταθήκη για το σήμερα και το αύριο της Alpha Bank αλλά και πρότυπο για άλλες επιχειρήσεις

Ξεκινώντας την τοποθέτησή του με την παραδοχή ότι οι επιχειρήσεις σήμερα οφείλουν να επικοινωνούν με ειλικρίνεια και διαφάνεια, καθώς οι καταναλωτές, οι επενδυτές και οι εργαζόμενοι ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για την κοινωνική και περιβαλλοντική απόδοση των εταιρειών, ο κ. Τερζής σημείωσε ότι, πριν ακόμα αρχίσουν να χρησιμοποιούνται όροι όπως η εταιρική κοινωνική αειφόρος ανάπτυξη, η βιωσιμότητα και τα κριτήρια ESG, η **Alpha Bank, ήταν ανέκαθεν δίπλα στους πολίτες και την κοινωνία, αφουγκραζόταν τις ανάγκες τους, στήριζε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, έπαιρνε σημαντικές πρωτοβουλίες και καλλιεργούσε το πλαίσιο για την ισότιμη συμμετοχή όλων στην εκπαίδευση, την υγεία και τον πολιτισμό.** «Το “MAZI” του αείμνηστου Γιάννη Κωστόπουλου μπορεί να είναι ήδη σχεδόν 50 ετών, όμως δείτε πόσοι το υιοθέτησαν...μέχρι και σήμερα», ανέφερε χαρακτηριστικά ο κ. Τερζής.

Ωστόσο, σημείωσε ότι στη σημερινή πραγματικότητα υπάρχουν **φαινόμενα social washing και green washing**, δηλαδή επικοινωνιακές καμπάνιες χιλιάδων ευρώ για κοινωνικές πρωτοβουλίες μόνο κάποιων χιλιάδων ευρώ, κάτι που στρατηγικά η Τράπεζα όχι απλά δεν το ασπάζεται, αντιθέτως αντιμετωπίζει πολλές φορές ακόμα και κριτική για την ακριβώς αντίθετη προσέγγιση, ότι δηλαδή παρόλο που είναι **ιδιαίτερα ενεργή και διακρίνεται σε κοινωνικά, περιβαλλοντικά και εταιρικής διακυβέρνησης θέματα, στην ισότητα των φύλων και το εργασιακό της περιβάλλον**, δεν τα επικοινωνεί με την ένταση και τους προϋπολογισμούς που κανείς ίσως θα ανέμενε. «**Ενδεχομένως επικοινωνιακά μία τέτοια προσέγγιση να είναι λανθασμένη. Ωστόσο, η Alpha Bank δεν θα διαθέσει 1 ευρώ για μία δράση και άλλα 100 για να τη διαφημίσει**», τόνισε ο κ. Τερζής, προσθέτοντας ότι **επιδίωξη της Alpha Bank είναι η απόλυτη διαφάνεια και η συνέπεια στην επικοινωνία.**

Η συμπόρευση Διοίκησης και Εργαζομένων κρίσιμη προϋπόθεση για την επιτυχία ενός οργανισμού

Σε ερώτημα του συντονιστή της συζήτησης για το πώς οι εργαζόμενοι μεγάλων εταιρειών ενημερώνονται για τους στρατηγικούς σχεδιασμούς της διοίκησης, προκειμένου να τους αντιληφθούν και με τη σειρά τους να συμμετάσχουν στην υλοποίησή τους, ο Διευθυντής Marketing και Εταιρικής Επικοινωνίας της Alpha Bank ανέφερε ότι **η κοινή πορεία διοίκησης και εργαζομένων είναι αναγκαία για την καλή προοπτική μίας επιχείρησης και συνεπώς η αναγνώριση της αξίας, της απόδοσης και η ανταμοιβή είναι κρίσιμες παράμετροι.** και συνεργασίας.



Παράλληλα, ο κ. Τερζής ανέδειξε τη σημασία της αποτελεσματικής επικοινωνίας στο εσωτερικό μίας επιχείρησης για την εδραίωση της εμπιστοσύνης μεταξύ εργαζομένων και διοίκησης και για την εμπέδωση των στρατηγικών στόχων και σχεδιασμών, ιδίως στο πλαίσιο της πρόκλησης που δημιουργήσε η πανδημία και την ανάγκη που ανέκυψε για την εισαγωγή νέων τρόπων εργασίας

«Δεν αρκεί, απλώς, να υπάρχει ροή πληροφόρησης από την ηγετική ομάδα προς τη βάση. Απαιτείται, την ίδια στιγμή, ανατροφοδότηση από τη βάση προς την κορυφή, η οποία πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο ανοικτή και βεβαίως ανώνυμη», υπογράμμισε ο κ. Τερζής αναλύοντας το πλαίσιο βάσει του οποίου κινείται η Alpha Bank για να ανταποκρίνεται σε αυτήν την ανάγκη: **«Η Τράπεζά μας το 2019 διενήργησε μία μεγάλη εσωτερική έρευνα, όπου περισσότεροι από 6.000 συνάδελφοι τοποθετήθηκαν για όλα τα θέματα και μάλιστα με ανοικτές ερωτήσεις. Οι απαντήσεις τους αποτέλεσαν τη βάση του εσωτερικού προγράμματος μετασχηματισμού που τρέχει στην Τράπεζα και αποδίδει ήδη καρπούς»**.

Κλείνοντας, ο κ. Τερζής τόνισε ότι **οι επιχειρήσεις πρέπει να επικοινωνούν με την ίδια γλώσσα προς όλους τους stakeholders, πελάτες, εργαζόμενους, επενδυτές**. **«Οι αξίες και οι στόχοι κάθε επιχείρησης, δεν αποτελούν απλώς ένα επικοινωνιακό εύρημα. Είναι ένα πλαίσιο που καθορίζει πως τοποθετείται υπεύθυνα στην κοινωνία, ποιες είναι οι επιχειρηματικές της επιδιώξεις, πώς εξελίσσεται παράλληλα με την κοινωνία και είναι καλό για βιώσιμες εταιρείες, γιατί έτσι οι καταναλωτές θα αγοράσουν περισσότερα από τα προϊόντα τους, οι επενδυτές θα αγοράσουν περισσότερες από τις μετοχές τους, οι εργαζόμενοι θα είναι περισσότερο ικανοποιημένοι και αποδοτικοί, οι εταιρείες θα προσλάβουν νέα talenta και ούτω καθεξής»** κατέληξε ο κ. Τερζής.