

Αποτελεσματική Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (Customer Relations Management)

Η αποτελεσματική διαχείριση πελατειακών σχέσεων είναι η πεμπτούσια της ορθής εμπορικής πρακτικής γιατί εστιάζει στη δημιουργία καλών πελατειακών σχέσεων που βελτιώνουν την εταιρική επένδυση (ROI) από τις σχέσεις με τους πελάτες.

Αποτελεσματική διαχείριση σημαίνει προσέλκυση και διατήρηση οικονομικά αξιόλογων πελατών και απώθηση ή ακόμη και εξάλειψη οικονομικά ανέντιμων πελατών. Καλές πελατειακές σχέσεις συνεπάγονταν πάντα ευημερία και κακές πελατειακές σχέσεις αποτελούν αφορμή προστριβών και κακοδαιμονίας.

Το πως μία εταιρεία διαχειρίζεται τις πελατειακές σχέσεις και σε τι αλλαγές προβαίνει προκειμένου να διατηρεί τον πελατοκεντρικό της προσανατολισμό, καθορίζει - σε σημαντικό βαθμό - την επιτυχία της επιχείρησης.

Το βασικότερο ερώτημα που προκύπτει είναι:

Πως διαχειριζόμαστε Πελατειακές Σχέσεις, ειδικά στο σημερινό έντονα ανταγωνιστικό και ταραγμένο περιβάλλον;

Απαντήσεις στο ερώτημα αυτό θα βρείτε μόνο μέσα από το ανανεωμένο εκπαιδευτικό μας πρόγραμμα, το οποίο αποτελεί μία δυναμική πλατφόρμα σύγχρονης εμπορικής συναλλαγής, η οποία:

1. Αναλύει και προτείνει εργαλεία και μεθόδους, προκειμένου η επιχείρηση να επαναπροσδιορίσει τον πελατειακό της προσανατολισμό και να επανακτήσει επιχειρηματική ζωτικότητα και ευελιξία.
2. Αναπτύσσει και αξιολογεί πρωτοποριακές σκέψεις και ιδέες που έχουν δοκιμαστεί και βελτιώσει τον πραγματικό κόσμο των επιχειρήσεων.
3. Ενισχύει τους συμμετέχοντες να βελτιώσουν τις ικανότητες τους, να αναδείξουν τις επιχειρηματικές τους δεξιότητες και να διαχειριστούν αποτελεσματικά τη σύγκλιση εταιρικών και πελατειακών αναγκών.

12 ώρες (2x6h)

Μοναδικής Εμπειρίας Βιωματικής Εκπαίδευσης
με Σύγχρονες και Εξειδικευμένες Εκπαιδευτικές λύσεις που στοχεύουν στη βελτίωση των στοιχείων της Επαγγελματικής Συμπεριφοράς των εργαζομένων, την ενίσχυση της στελεχιακής τους υποδομής και τον εξοπλισμό τους με Σύγχρονα Εργαλεία Διοίκησης και Διαχείρισης ανθρώπων και έργων

Θεματικές Ενότητες

1. Πελατειακός Προσανατολισμός
 - a. Σύγχρονη πελατοκεντρική προσέγγιση
 - b. Πελάτες, κατηγορίες, ανάγκες
 - c. Μερίδιο αγοράς σε ταραγμένο περιβάλλον
2. Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων I
 - a. Τι χρειάζεται να ακούσει ο πελάτης
 - b. Πως αποκρυσταλλώσουμε τα μηνύματα του πελάτη
 - c. Τα 6 βασικά ΔΕΝ του πελάτη
3. Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων II
 - a. Πελατειακή εμπιστοσύνη και πως κερδίζεται
 - b. CRM Vs Συμβατικό μάρκετινγκ
 - c. 4Ps Vs 4Cs
4. Διαχωρισμός Πελατειακής Βάσης
 - a. Οικονομικά αξιόλογοι πελάτες
 - b. Οικονομικά ανέντιμοι πελάτες
 - c. Εταιρικά πιστοί πελάτες
5. Διαχείριση Εξυπηρέτησης Πελατών I
 - a. Ψυχολογία πώλησης
 - b. Διαχείριση αντιρρήσεων πελατών
 - c. Διαχείριση δύσκολων πελατών και ειδικών συμπεριφορών
6. Διαχείριση Εξυπηρέτησης Πελατών II
 - a. Μύθοι πωλήσεων ή πραγματικότητα;
 - b. Πωλητής γεννιέσαι ή γίνεσαι;
 - c. Ο πελάτης έχει πάντα δίκιο;

Θεματικά Interactive Workshops & Business Games

1. Ανάλυση και διαχείριση ειδικών συμπεριφορών πελατών
2. Διαχείριση κρίσεων σε πελατειακές προστριβές
3. Διαχείριση εισπραξίων από πελάτες κακοπληρωτές
4. Αξιολόγηση επιπέδου εξυπηρέτησης
5. Άσκηση ικανοποίησης πελατειακών αναγκών

Ποιους αφορά

1. Όλη την Εμπορική οργάνωση (Εμπορική Διεύθυνση, Διευθύνσεις Πωλήσεων, Μάρκετινγκ, R&D, After Sales Service, Πωλητές, Τεχνικούς-Πωλητές)
2. Το Top Management (Γενική Διεύθυνση, HR, Στρατηγικό Σχεδιασμό και τις Διευθύνσεις Εμπορική, Οικονομικών, Εργοστασίου και IT)
3. Την Ομάδα Διοίκησης, εφόσον συμπεριλαμβάνονται και άτομα/μέτοχοι πλέον των προαναφερόμενων.

Στόχοι Προγράμματος

1. Βελτίωση επαγγελματικής συμπεριφοράς συμμετεχόντων και ανάπτυξη δεξιοτήτων διαχείρισης ειδικών συμπεριφορών πελατών.
2. Αναγνώριση και αποτίμηση της αξίας πελάτη, του κόστους απώλειας και επανένταξης του στην πελατειακή βάση της εταιρείας.
3. Διαχωρισμός πελατολογίου και εστίαση στους οικονομικά αξιόλογους πελάτες.
4. Μετατόπιση στρατηγικής από τη διαχείριση προϊόντων στη διαχείριση πελατών και υπηρεσιών προς τους πελάτες.
5. Θέσπιση εταιρικής κουλτούρας που βασίζεται σε πελατοκεντρικά μοντέλα.
6. Αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων από ανατροπές στην πελατειακή βάση.

Η Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων πρέπει πρώτα να καταστεί Εταιρική Κουλτούρα πριν μετατραπεί σε τεχνολογία.

Οφέλη Συμμετεχόντων από το Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα

Κατανόηση της αναγκαιότητας της τοποθέτησης του πελάτη στο επίκεντρο της επιχειρηματικής διαδικασίας και ανάπτυξη μεθοδολογίας και εργαλείων για τον εντοπισμό σημαντικών πελατών και τη δημιουργία πιστών οπαδών.

Υπεύθυνος Προγράμματος: [Δρ Πέτρος Δασόπουλος, Ph.D., MRSC, MBAM](#)

Ο Δρ Πέτρος Δασόπουλος είναι Business Strategist, πιστοποιημένος Coach και Mentor στη Μεγάλη Βρετανία και εκπαιδευτής Στελεχών επιχειρήσεων με πάνω από 30 χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας σε ανώτερες διευθυντικές θέσεις στους τομείς Παραγωγής, R&D, Πωλήσεων, Μάρκετινγκ και Γενικής Διεύθυνσης στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Είναι Χημικός Μηχανικός, απόφοιτος του Πανεπιστημίου του Λονδίνου, μέλος του Βρετανικού Ινστιτούτου Χημικών Μηχανικών, του Royal Society of Chemistry, της Βρετανικής Ακαδημίας Μάνατζμεντ και Ph.D. Διδάκτωρ Χημικής Μηχανικής και Διεργασιών του Πανεπιστημίου του Surrey.

Η DASO είναι μία πρωτοπόρος εταιρεία παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και μάνατζμεντ, η οποία εξειδικεύεται στη Διαχείριση Αλλαγής, την Καινοτομία, το Στρατηγικό Μάρκετινγκ και το Στρατηγικό Σχεδιασμό των επιχειρήσεων.