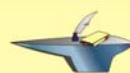




ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ **ΑΚΜΩΝ** Α.Ε.



ΕΔΡΑ ΑΘΗΝΑ: Ευτυχίας 12-14, 11251
Τηλ.: 210 8691000, Φαξ: 210 8691001

edra@akmon.edu.gr
www.akmon.edu.gr

ΑΦΜ: 090269697 - ΦΑΕΕ ΑΘΗΝΩΝ
ΑΜΑΕ: 61321/01/Β/06/388



ΕΣΠΑ 2007-2013

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ»

**«ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΝΤΟΣ
ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ»**

ΟΔΗΓΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

της επιχείρησης:



**Σ.Ε.Υ.Δ.Α.Π. ΣΥΝ.Π.Ε.
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΙΚΟΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΣ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΕΡΓΟΛΑΒΩΝ
ΥΔΡΑΥΛΙΚΩΝ ΑΘΗΝΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΧΩΡΩΝ**



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
"ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ"

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



«ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ»

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Τίτλος Εκπαιδευτικής Ενότητας	Ώρες
1: Η εισαγωγή στη λιανική πώληση	5
2: Ο πωλητής της λιανικής	5
3: Η αποτελεσματική επικοινωνία πωλητή & πελάτη	10
4: Τα βήματα για μια πετυχημένη σχέση στις πωλήσεις λιανικής	25
5: Συμπληρωματικές τεχνικές των πωλήσεων	17
6: Η φροντίδα του πελάτη & η διαχείριση των παραπόνων	20
7: Μάρκετινγκ και προβολή από την πλευρά της επιχείρησης	15
8: Η εξυπηρέτηση μετά την πώληση (after sales service)	10
9: Οι τεχνικές των πωλήσεων B2B	5
10: Προγραμματισμός και οργάνωση πωλήσεων	10
11: Υγεία & ασφάλεια της εργασίας – Εργασιακές σχέσεις – Βασικές αρχές λειτουργίας των επιχειρήσεων – Εφαρμογή της αρχής της μη-διάκρισης	10
Σύνολο ωρών του θεωρητικού μέρους του προγράμματος	132
Σύνολο ωρών πρακτικής άσκησης στην επιχείρηση	88
Γενικό σύνολο	220

Παρουσίαση των εκπαιδευτικών ενοτήτων

1. Η εισαγωγή στη λιανική πώληση

Εισαγωγή στη λιανική πώληση. Οι διαφορές της από την πώληση – επίσκεψη του πωλητή στο χώρο του πελάτη. Ο χρυσός κανόνας στην λιανική πώληση. Ο οδικός χάρτης των πωλήσεων. Εισαγωγή στην ομάδα, την ομαδική εργασία και την συνεργασία μεταξύ των μελών της ομάδας της λιανικής πώλησης. Τα χαρακτηριστικά των πετυχημένων ομάδων, οι στόχοι τους και τα αποτελέσματα

2. Ο πωλητής της λιανικής

Το προφίλ και τα χαρακτηριστικά του πωλητή. Η διάκριση του του επαγγελματία από τον μέσο πωλητή. Ο πωλητής του σήμερα και του αύριο στη λιανική πώληση. Γνώσεις, δεξιότητες και συμπεριφορές του σύγχρονου πωλητή. Η συνεχής ενημέρωση και η εκπαίδευση του πωλητή στη λιανική πώληση.

3. Η αποτελεσματική επικοινωνία πωλητή & πελάτη

Βασικές αρχές και έννοιες στην επικοινωνία. Τα συστατικά της επικοινωνίας: Λόγια, Μηνύματα, Χροιά Φωνής, Κίνηση Σώματος. Η αποτελεσματική επικοινωνία με τον πελάτη στη λιανική πώληση

Το προφίλ του πελάτη σήμερα. Η σημασία της γνώσης του προφίλ για τον πωλητή. Τύποι πελατών και προσαρμογή του πωλητή στον τύπο του πελάτη.

4. Τα βήματα για μια πετυχημένη σχέση στις πωλήσεις λιανικής

Η υποδοχή στο χώρο του καταστήματος λιανικής. Το άνοιγμα της πώλησης. Διατύπωση κατάλληλων ερωτήσεων και χαιρετισμών. Συμπεριφορά, αποστάσεις κ.λπ. Ο καθορισμός των αναγκών. Γιατί αγοράζουν οι πελάτες. Μετακίνηση στον καθορισμό των αναγκών. Η υποβολή ερωτήσεων – ανοικτών και κλειστών ερωτήσεων ή/και διερευνητικών. Προφίλ επιτυχημένου πωλητή: Προσεκτική διάγνωση αναγκών πελατών. Συμπεριφορά πελατών - πως θέλουν να τους φέρεται ο πωλητής.

Η γνώση του προϊόντος. Χαρακτηριστικά – πλεονεκτήματα – οφέλη του κάθε προϊόντος (Τρίπτυχο FAB). Πως φέρονται οι πελάτες στον πωλητή που γνωρίζει το προϊόν του; Προτάσεις για καλύτερες πωλήσεις. Η άριστη εξυπηρέτηση στον πελάτη. Ο πελάτης δεν έχει πάντα δίκιο. Γνώσεις – κλειδιά στον κόσμο του πελάτη. Ποιότητα και υψηλότερες τιμές. Βασικές οδηγίες για αποτελεσματικές πωλήσεις.

Η επίλυση των αντιρρήσεων. Οι αντιρρήσεις δεν πρέπει να χαλάνε την πώληση. Τεχνικές και βήματα για τον χειρισμό των αντιρρήσεων. Οι τυπικές και συνήθεις αντιρρήσεις ή/και δικαιολογίες του πελάτη. Μια αντίρρηση που οφείλεται στον σκεπτικισμό του πελάτη, στην σύγχυση του πελάτη σε ένα μειονέκτημα, όπως το εξέλαβε ο πελάτης. Τεστ για την αξιολόγηση του τρόπου επίλυσης αντιρρήσεων.

Το κλείσιμο της πώλησης. Τα αγοραστικά σήματα του πελάτη και η αναγνώρισή τους από τον πωλητή. Οι μορφές και οι τύποι του κλεισίματος της πώλησης. Παραδείγματα λιανικής πώλησης. Το κτίσιμο του αρχείου πελατών. Η αξιοποίηση της βάσης δεδομένων των πελατών. Δημιουργία σχέσεων για επαναλαμβανόμενες πωλήσεις. Παραδείγματα εξυπηρέτησης πελατών.

Η καριέρα του επαγγελματία πωλητή στην λιανική πώληση. Σταδιοδρομία, στρατηγική και στόχοι. Τεχνικές up selling και cross selling (πουλήστε επιπλέον προϊόντα οριζόντια & κάθετα). Συνεχής ενημέρωση και εκπαίδευση για την λιανική πώληση; Case study

5. Συμπληρωματικές τεχνικές των πωλήσεων

Η **διαπραγμάτευση** με τον πελάτη. Είδη διαπραγμάτευσης. Έναρξη διαπραγμάτευσης. Βασικές αρχές διαπραγμάτευσης για πωλητές λιανικής

Διαπραγματεύσεις - Οι παραχωρήσεις: αριθμός και χρόνος των παραχωρήσεων. Ο χειρισμός του αδιεξόδου στη διαπραγμάτευση. Οι τακτικές διαπραγμάτευσης

Δημιουργικές λύσεις για win – win - win καταστάσεις. Τα διάφορα στυλ διαπραγμάτευσης με τον πελάτη της λιανικής. Η παράδοση των αγορών και τα «δώρα» των πελατών.

6. Η φροντίδα του πελάτη & η διαχείριση των παραπόνων

Δημιουργία ενός προγράμματος **εξυπηρέτησης / φροντίδας** του πελάτη. Βασικές αρχές. Η επικοινωνία και η συμβολή της. Υιοθέτηση υψηλών επιπέδων φροντίδας πελατών, Διάγνωση αναγκών, επιθυμιών και προσδοκιών του πελάτη. Εξυπηρέτηση του πελάτη - υπέρβαση προσδοκιών του. Η συστηματική ακρόαση του πελάτη και των προτάσεών του. Χειρισμός προβλημάτων επικοινωνίας.

Η εφαρμογή του προγράμματος. Η τήρηση της δέσμευσης απέναντι στον πελάτη. Οι τεχνικές εκπαίδευσης των πωλητών για την φροντίδα και την εξυπηρέτηση του πελάτη. Η αποτελεσματική χρήση των πληροφοριών προς όφελος της εταιρείας. Η αποτελεσματική χρήση του τηλεφώνου και η τηλεφωνική εξυπηρέτηση του πελάτη

Διαχείριση παραπόνων: μέθοδοι και τεχνικές. Μέθοδοι επίλυσης των παραπόνων του πελάτη. Η μετατροπή των παραπόνων σε αφοσίωση από την πλευρά του πελάτη. Διατήρηση επαφής με τον πελάτη. Η μέτρηση της ικανοποίησης του πελάτη μέσω ερωτηματολογίων.

Ο παραπονούμενος πελάτης. Τα πρόσωπο με πρόσωπο παράπονα των πελατών. Οι επιστροφές από την πλευρά των πελατών. Η μεταστροφή του παραπονούμενου σε σταθερό πελάτη της επιχείρησης. Case studies – παραδείγματα

7. Μάρκετινγκ και προβολή από την πλευρά της επιχείρησης

Λειτουργίες μάρκετινγκ. Τι περιλαμβάνει το μίγμα Marketing (product, place, price, promotion). Πλάνο μάρκετινγκ. Στόχοι και στρατηγική προώθησης πωλήσεων. Απόκτηση γνώσης αγοράς. Συστήματα πληροφόρησης & έρευνας αγοράς. Η διερεύνηση των αναγκών του πελάτη και οι προσδοκίες τους

Τεχνικές μάρκετινγκ και μέσα - Σύγχρονα μέσα προβολής και διαφήμισης. Ανάλυση συμπεριφορών και τύποι καταναλωτών, χορήγηση κινήτρων, ψυχολογία πωλήσεων. Στρατηγική στόχευσης της αγοράς & χωροθέτηση προϊόντος. Σχεδιασμός δικτύων διανομής. Αναζήτηση και επιλογή προμηθευτών και κατάλληλων συνεργατών

Το Κατάστημα και η διαμόρφωσή του. Εμφάνιση, η βιτρίνα, η διαμόρφωση, η παρουσίαση, η προβολή, η τοποθέτηση και η χωροταξία (δομή και εσωτερική διαρρύθμιση), η καθαριότητα του καταστήματος.

8. Η εξυπηρέτηση μετά την πώληση (after sales service)

Σημασία της **εξυπηρέτησης μετά την πώληση** για την επιχείρηση. Τεχνικές εφαρμογών. Τηλεφωνική επικοινωνία και εξυπηρέτηση του πελάτη ματέ την πώληση. Μέτρηση της ικανοποίησης του πελάτη. Διαχείριση πληροφοριών ικανοποίησης

Διαχείριση τυχόν παραπόνων μετά την πώληση. Προετοιμασία της επόμενης επίσκεψης του πελάτη στο κατάστημα. Τεχνικές επικοινωνίας με τον πελάτη και η χρήση τεκμηρίων για να τον πείσουμε για την ορθότητα της αγοράς του.

9. Οι τεχνικές των πωλήσεων B2B

Η ιδιαιτερότητα και η σημασία των πωλήσεων b2b. Διάγνωση αναγκών πελατών, εταιρικές ανάγκες του πελάτη, παρουσίαση και προσφορές. Το κλείσιμο των πωλήσεων Business to Business (B2B) και η αναζήτηση νέων πελατών. Διαχείριση και ανάπτυξη του υπάρχοντος πελατολογίου

10. Προγραμματισμός και οργάνωση πωλήσεων

Ο προγραμματισμός των πωλήσεων καταστημάτων / επιχείρησης. Η οργάνωση του πελατολογίου. Δείκτες, στόχοι και παρακολούθηση αποτελεσμάτων από τις πωλήσεις

Συστήματα μετρήσεων ικανοποίησης πελατών και αποτελεσματικότητας πωλήσεων. Εταιρική ταυτότητα, στρατηγικές ανάπτυξης πωλήσεων.

11. Υγεία & ασφάλεια της εργασίας – Εργασιακές σχέσεις – Βασικές αρχές λειτουργίας των επιχειρήσεων – Εφαρμογή της αρχής της μη-διάκρισης

Υγεία και Ασφάλεια της εργασίας. Βασικοί κανόνες υγιεινής και ασφάλειας της εργασίας - Τήρηση συστημάτων ασφαλείας και πρόληψη εργατικών ατυχημάτων και επαγγελματικών ασθενειών. Το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο - Οι γενικές και ειδικές υποχρεώσεις εργοδοτών - ο ρόλος και τα καθήκοντα των τεχνικών ασφαλείας και γιατρών εργασίας. Μέτρα Ασφαλείας, Πυρασφάλεια κ.λπ.

Εργασιακές σχέσεις - Βασικές αρχές λειτουργίας επιχειρήσεων - Εφαρμογή της αρχής της μη-διάκρισης