



2. ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Σκοπός

Το πρόγραμμα έχει στόχο να δώσει στους ανθρώπους που εξυπηρετούν πελάτες (επιχειρηματίες μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, πωλητές, ανθρώπους που απαντούν σε τηλεφώνω ή σε email, ανθρώπους του γκισέ, πωλητές λιανικής, ιδιοκτήτες ταβερνώ, ξενοδοχείων, οδηγούς ταξί) τις ικανότητες και τις γνώσεις ώστε η εργασία τους να γίνει συστηματική και μεθοδική προσθέτοντας αξία στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που πωλούν. να εφαρμόσουν πρακτικές και δοκιμασμένες τεχνικές στην καθημερινή τους δουλειά

Ενότητες προγράμματος

- Βασικές αρχές Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, εξυπηρέτησης του πελάτη και της Πώλησης.
- Διαχωρισμός της υπηρεσίας σε «σκληρή υπηρεσία»(η επιχείρηση και τα προϊόντα της) και «μαλακή υπηρεσία» (οι άνθρωποι της επιχείρησης).
- Η εξυπηρέτηση του πελάτη σαν εμπειρία.
- Η σημασία της διάδρασης και της ανάδρασης με τους πελάτες.
- Λογική και συναίσθημα του πελάτη.
- Τρόποι δημιουργίας θετικού κλίματος με τον πελάτη.
- Η κουλτούρα του πελάτη και η σημασία της στην εξυπηρέτησή του.
- Προσδοκίες του πελάτη και πώς του δημιουργούνται.
- Τρόπος για να κάνουμε ερωτήσεις στον πελάτη.
- Χειρισμός των σχολίων του πελάτη για τον ανταγωνισμό.
- Χρήση του τηλεφώνου και του διαδικτύου σαν μέσου εξυπηρέτησης του πελάτη.
- Δίνοντας περισσότερη αξία από την τιμή της υπηρεσίας και του προϊόντος.
- Μάρκετινγκ εμπειριών.
- Νευρομάρκετινγκ.
- Οι προσδοκίες του πελάτη και πως του δημιουργούνται.



- Η αντίληψη του πελάτη για τις υπηρεσίες που πρόκειται να παραλάβει.
- Η απόσταση ανάμεσα στις προσδοκίες του πελάτη και την εμπειρία του από την επαφή του με τις υπηρεσίες της επιχείρησης (το μοντέλο των κενών στην εξυπηρέτηση του πελάτη).
- Νέες τεχνολογίες και νέες προοπτικές για τις παρεχόμενες υπηρεσίες.
- Τρόποι αύξησης της πιστότητας του πελάτη.
- Η διαφορά ανάμεσα στην κατάκτηση νέων πελατών και στην διατήρηση των ήδη υπάρχοντων πελατών στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.
- Η συνάντηση με τον πελάτη (πρώτη εντύπωση – «σπάσιμο πάγου»).
- Τρόποι συλλογής πληροφοριών από τον πελάτη.
- Παρουσίαση των χαρακτηριστικών των προϊόντων μας στον πελάτη.
- Παρουσίαση των οφελών τους για τον πελάτη με την οπτική γωνία του πελάτη.
- Χειρισμός αντιρρήσεων για την τιμή των τυχόν παραπόνων του πελάτη.
- Κρατώντας τον πελάτη ικανοποιημένο για όλη του την ζωή.



Ο **Οδυσσέας Κόλλιας** είναι Οικονομολόγος, Συγγραφέας και Σύμβουλος Επιχειρήσεων. Σπούδασε Διοίκηση Επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο του Πειραιά και κατέχει Μάστερ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (M.B.A.) από το Πανεπιστήμιο της Γλασκώβης. Έχει διατελέσει στέλεχος στο Τμήμα Μάρκετινγκ του Ο.Τ.Ε. και σε άλλες επιχειρήσεις.

Είναι πιστοποιημένος εκπαιδευτής ενηλίκων και διδάσκει σε πτυχιακά, μεταπτυχιακά και επιχειρησιακά προγράμματα, συνεργαζόμενος με φορείς της Δια Βίου Εκπαίδευσης στην Ελλάδα και την Κύπρο. Διδάσκει «Πωλήσεις», «Μάρκετινγκ» και «Εξυπηρέτηση Πελατών» σε εταιρίες του Δημόσιου και του Ιδιωτικού Τομέα. Είναι Σύμβουλος Επιχειρήσεων στην Γ.Σ.Ε.Ε. Είναι συγγραφέας των βιβλίων: Αλφαβητάριο Υπηρεσιών, Μύθοι του Αισώπου και επιχειρείν, Aesop in Business, Γιορτή στο επιχειρείν, Καθημερινό Μάρκετινγκ και Νευρομάρκετινγκ.

Διδάσκει το Μάθημα: «Επικοινωνία και Εξυπηρέτηση Πελατών» στο e-learning του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και έχει παρουσιάσει εργασίες του σε διεθνή συνέδρια που έχουν δημοσιευτεί σε επιστημονικά περιοδικά.