



**EXCELLENCE**  
MANAGEMENT CONSULTANTS

**Εκπαιδευτικές Υπηρεσίες Ανάπτυξης  
Ανθρώπινου Δυναμικού Πωλήσεων**

**Retail Excellence Training**

Λ. Συγγρού 310 & Σπάρτης 1, 176 73 Καλλιθέα

T: 210-48.38.706, 712 & 714 | F: 210-48.22.091

E: [info@excellence.gr](mailto:info@excellence.gr) | [www.excellence.gr](http://www.excellence.gr)



## Υπηρεσίες Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού Πωλήσεων- Retail Excellence Training

Η Excellence Management Consultants διαμόρφωσε μια ολοκληρωμένη πρόταση βελτίωσης απόδοσης στο Retail, που συνδυάζει συμβουλευτικές και εκπαιδευτικές υπηρεσίες και αποτελείται από δύο ενότητες δράσης που είναι:

1. **To 5CPF® Sales Retail Model** – Συμβουλευτικές υπηρεσίες που αφορά σε ένα ολοκληρωμένο Σύστημα Οργάνωσης & Διοίκησης των Πωλήσεων (βλ σχετικό έντυπο)
2. **Retail Excellence Training** - Εκπαιδευτικές Υπηρεσίες που αφορά σε εκπαίδευση και ανάπτυξη δεξιοτήτων σε α) Πωλητές / συμβούλους πωλήσεων καταστημάτων β) Διευθυντών καταστημάτων και γ) προσωπικό εξυπηρέτησης

Στο παρόν έντυπο περιγράφεται η προσέγγισή μας για την ανάπτυξη και βελτίωση απόδοσης του ανθρώπινου δυναμικού των Πωλήσεων.

## Οι προσεγγίσεις μας για την εκπαίδευση & ανάπτυξη του προσωπικού στο Retail

### A. Προσεγγίσεις

Ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες αλλά και την στόχευση κάθε επιχείρησης, μπορούν να αξιοποιηθούν οι παρακάτω προσεγγίσεις:

#### 1. Βασική εκπαίδευση στο Retail με προσαρμογή στον κλάδο

Αυτή αφορά στην εκπαίδευση, με την απαιτούμενη προσαρμογή στον κλάδο σας, αλλά χωρίς μεγάλη εξειδίκευση στις ιδιαιτερότητες της επιχείρησής σας. Ο εισηγητής θα συζητήσει με αρμόδια στελέχη της επιχείρησης για τις ιδιαιτερότητες και θα κάνει σχετική εξειδίκευση.

Σε αυτήν την περίπτωση η απόδοση του προσωπικού των πωλήσεων εξαρτάται από τον καθένα και τις ατομικές του ικανότητες, όσον αφορά στην αφομοίωση και στην εφαρμογή.

#### 2. Διαμόρφωση του ‘Εταιρικού Μοντέλου πώλησης’ & Εξειδικευμένη εκπαίδευση

Σε περίπτωση που δεν υπάρχει ή απαιτείται αναθεώρηση, οι σύμβουλοί μας διαμορφώνουν το ‘Εταιρικό Μοντέλο Πώλησης’, όπως περιγράφεται στην συνέχεια.

##### 1.1. Η διαμόρφωση του ‘Εταιρικού Μοντέλου Πώλησης’

Όσον αφορά στο μοντέλο πώλησης άλλες επιχειρήσεις δίδουν ως ρόλο στον πωλητή να τακτοποιεί τα ράφια και άλλες ως ρόλο στο πωλητή, ρόλο ‘συμβούλου του πελάτη’.

Η διαμόρφωση του ‘Εταιρικού Μοντέλου Πώλησης’ αφορά στον προσδιορισμό των βημάτων της διαδικασίας από την είσοδο του πελάτη στο κατάστημα έως την πώληση, αλλά και την εξυπηρέτηση μετά την πώληση και τις προσδιορισμένες συμπεριφορές του πωλητή σε κάθε βήμα, ανάλογα με τον τύπο του πελάτη.

Με αυτή την προσέγγιση επιδιώκεται οι πωλητές να έχουν σε όλα τα καταστήματα έναν ενιαίο τρόπο δράσης και συμπεριφοράς ανάλογα με τους τύπους πελατών. Για το λόγο αυτό, είναι αναγκαίο να διαμορφωθεί σχετικό αναλυτικό εγχειρίδιο.

#### **Ως ενδεικτικά βήματα της Πώλησης θεωρούνται:**

- **Το Καλωσόρισμα του πελάτη**, η ανάπτυξη ψυχοσυναισθηματικής επαφής και το ξεκίνημα της ανθρώπινης σχέσης μαζί του
- **Η διερεύνηση των αναγκών** του (εμφανείς και αφανείς, πρακτικές και συναισθηματικές)
- **Η διερεύνηση της οικονομικής του δυνατότητας**
- **Η πρόταση εναλλακτικών λύσεων**
- **Ο χειρισμός των αντιρρήσεων**
- **Αποτέλεσμα : Το κλείσιμο της πώλησης**
- **Εξυπηρέτηση μετά την Πώληση**

**Το εγχειρίδιο** θα περιλαμβάνει ενδεικτικά τα εξής:

- Τα ανταγωνιστικά μας πλεονεκτήματα και η «**τοποθέτησή**» μας στην αγορά
- **Τύποι πελατών** και η αναγνώρισή τους
- **Τί μηνύματα** πρέπει να μεταδώσουμε **στον κάθε τύπο;**
- **Πώς** πρέπει να τα μεταδώσουμε και σε ποια φάση; (λέξεις, εκφράσεις – NLP)
- **Ο διάλογος με τον πελάτη**, η άντληση πληροφοριών και η μετάδοση μηνυμάτων
- **Δένδρα διαλόγου** με πελάτη ανάλογα με διαφορετικούς τύπους πελατών.

#### **Μεθοδολογία για την διαμόρφωση του μοντέλου**

Η μεθοδολογία για την διαμόρφωση του μοντέλου περιέχει τα εξής βήματα:

1. Συζήτηση και άντληση πληροφοριών από την Διοίκηση και επιλεγμένα στελέχη
2. Ενημέρωση για το υφιστάμενο μοντέλο Πώλησης
3. Mystery Shopping σε 2-3 καταστήματα
4. Παρακολούθηση της διαδικασίας πώλησης σε 2-3 καταστήματα
5. Μελέτη και διαμόρφωση πρότασης
6. Παρουσίαση στην Διοίκηση και οριστικοποίηση του μοντέλου
7. Διαμόρφωση εκπαιδευτικού υλικού με διαφοροποίηση για τις δύο ομάδες, Υπεύθυνοι καταστημάτων και πωλητές.

### **3. Generating Customer Experience (εκπαιδευτικό πρόγραμμα- εργαλείο)**

Το Generating Customer Experience απευθύνεται στους υπευθύνους των καταστημάτων

#### **Τι είναι.**

Πρόκειται για μια σειρά μίνι παρουσιάσεων που υλοποιούνται από τον υπεύθυνο καταστήματος, εντός του καταστήματος και έχουν διάρκεια περίπου 20-40 λεπτά. Κάθε παρουσίαση είναι πρακτική και προσαρμοσμένη στις ανάγκες των καταστημάτων της αλυσίδας σας (πχ. η παρουσίαση διαχείρισης αντιρρήσεων ή η διαχείριση πελάτη κατά την διαδικασία δοκιμής).

Η αποτελεσματικότητα στην εφαρμογή των συμπεριφορών στις οποίες εκπαιδεύονται οι υπάλληλοι του καταστήματος ελέγχονται από τους area manager.

Η υπηρεσία παρέχεται με την μορφή τριών πακέτων:

**A. Basic:** Το υλικό των μίνι παρουσιάσεων που θα υλοποιηθούν από τους διευθυντές των καταστημάτων παρέχεται σε έντυπη μορφή.

**B. Silver:** Το υλικό των μίνι παρουσιάσεων παρέχεται σε μορφή διαδραστικών video διασφαλίζοντας την ευθυγράμμιση των μηνυμάτων και τεχνικών.

**Γ. Gold:** Το Generating Customer Experience προσφέρεται μέσα από πλατφόρμα παρέχοντας στους υπαλλήλους μια ξεχωριστή εκπαιδευτική εμπειρία.

### Στόχοι

- Ενίσχυση της πιστότητας των πελατών
- Ανάπτυξη των ανθρώπων των καταστημάτων σε σημαντικές δεξιότητες πωλήσεων και εξυπηρέτησης
- Αύξηση της παραγωγικότητας στα καταστήματα
- Αύξηση των εσόδων από τις πωλήσεις
- Δημιουργία συνθηκών άριστης εξυπηρέτησης μέσα στο κατάστημα
- Ενίσχυση της μάρκας / φήμης και της εικόνας της εταιρίας
- Υψηλότερη διακράτηση των υπαλλήλων των καταστημάτων

### Εφαρμογές στην πράξη

Η προσέγγιση αυτή έχει εφαρμοστεί με επιτυχία στις εταιρίες: **Γερμανός/Cosmote** (ανάπτυξη πωλήσεων 35%), **Goodys** (βελτίωση εσόδων σε είδη τροφίμων 15%), **Flocafe** (αύξηση πωλήσεων 18%), **Leroy Merlin** (αύξηση πωλήσεων 17%).

## B. Τα βασικά εκπαιδευτικά προγράμματα

### 1. Λιανική Πώληση – Υπεύθυνοι καταστημάτων

- Ανάπτυξη Απόδοσης στη Λιανική Πώληση
- Retail Sales Coaching
- Selling through Service
- Αποτελεσματικότητα στην Επικοινωνία I & II

### 2. Λιανική Πώληση – Πωλητές / Σύμβουλοι πωλήσεων

- Τα 7 Βήματα στη Λιανική Πώληση
- Χτίζοντας Το Μοντέλο Πώλησης
- Αποτελεσματικότητα στην Επικοινωνία I & II

### 3. Εξυπηρέτηση Πελατών

- Ηγεσία Εξυπηρέτησης
- Service Excellence
- Αποκατάσταση Σχέσεων με τους Πελάτες
- Generate Customer Experience Toolkit
- Εφαρμοσμένο Merchandising

Παρακάτω μπορείτε να δείτε την αναλυτική περιγραφή των εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Το τελικό πρόγραμμα για κάθε ομάδα, θα προκύψει από την σύνθεση των παραπάνω με την απαιτούμενη εξειδίκευση στις ιδιαιτερότητες της εταιρίας και της ομάδας.

## Γ. Μεθοδολογία Υλοποίησης εκπαιδευτικού προγράμματος.

### 1. Υπεύθυνων καταστημάτων

Οι Δντές / Υπεύθυνοι των καταστημάτων κατά την άποψή μας πέραν άλλων αρμοδιοτήτων, έχουν και την υπευθυνότητα της εκπαίδευσης και ανάπτυξης των ανθρώπων τους (υφιστάμενων και ιδιαίτερα των νεοπροσλαμβανόμενων).

Με βάση αυτή την αντίληψη, πρέπει οι ίδιοι να είναι άριστοι γνώστες του μοντέλου και επιπλέον να αποκτήσουν ηγετικές ικανότητες που αφορούν στο ικανοποιητικό 'Feedback' δηλ. ανατροφοδότηση του υφιστάμενου για δυνατά σημεία και σημεία για βελτίωση, καθώς και στο coaching με σκοπό την ανάπτυξή τους.

Η εκπαίδευση των Υπευθύνων προτείνεται να είναι διάρκειας 8-16 ωρών, από τις οποίες οι 8 ώρες θα αφορούν στο μοντέλο πώλησης και οι 8 ώρες στις ηγετικές ικανότητες.

### 2. Πωλητών

Η εκπαίδευση των Πωλητών προτείνεται να είναι διάρκειας 4-8 ωρών, οι οποίες θα αφορούν στο μοντέλο πώλησης. Σε επόμενη φάση μπορεί να γίνει περαιτέρω εμπλουτισμός με άλλες ενότητες όπως επικοινωνία, NLP κλπ.

### 3. Follow up

Μετά την ολοκλήρωση του έργου έχουμε τη δυνατότητα να κάνουμε follow up, προκειμένου να συζητήσουμε με τους συμμετέχοντες διάφορα περιστατικά που παρουσιάστηκαν κατά την διάρκεια της εργασίας τους, να αξιολογηθεί η αποτελεσματικότητα και να γίνουν πιθανές αναπροσαρμογές.

### 4. Μεθοδολογία εκπαίδευσης

- Διαλέξεις
- Ανάλυση ρόλου (role playing)
- Ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων
- On the job training
- Projects based training



- Δια Ζώσης Εκπαίδευση
- Online Εκπαίδευση
- Ασύγχρονη Εκπαίδευση/ E-Learning
- Blended Learning (Συνδυασμός Μεθόδων)

Η μεθοδολογία, την οποία θα ακολουθήσει ο εκπαιδευτής κατά την διάρκεια της εκπαίδευσης θα έχει εργαστηριακή μορφή και απαιτεί τη συμμετοχή των εκπαιδευομένων σε πρακτικές εφαρμογές τόσο με τη χρήση μελέτης περιπτώσεων από την ίδια την επιχείρηση, όσο και με τις απαραίτητες τεχνικές και εργαλεία της σύγχρονης λιανικής με ασκήσεις και role playing, τα οποία θα βοηθήσουν στην αφομοίωση της θεωρητικής κατάρτισης.

## Δ. Το Σύστημα Διοίκησης Απόδοσης (Performance Management), εργαλείο διαρκούς βελτίωσης απόδοσης

Η εκπαίδευση μπορεί να συμβάλει στην απόδοση του ανθρώπινου δυναμικού, ωστόσο δεν είναι επαρκής από μόνη της. Η διαρκής βελτίωσης απόδοσης του προσωπικού λιανικών πωλήσεων, προϋποθέτει και άλλες ενέργειες που αφορούν στη διοίκηση και ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού των πωλήσεων που πρέπει να αποτελούν ενιαίο 'Σύστημα' όπως ενδεικτικά:

### 1. Θέματα που αφορούν στο Σύστημα Ανθρώπινου Δυναμικού

- Προσδιορισμό των απαιτούμενων στάσεων, γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων (competencies) του προσωπικού
- Κατάλληλη επιλογή
- Σύστημα αξιολόγησης
  - Αξιολόγηση με προϊστάμενο
  - Αξιολόγηση με την μεθοδολογία 'Mystery customer'
- Σύστημα διοίκησης απόδοσης (Performance Management)
- Σύστημα κινήτρων και ανταμοιβές

### 2. Θέματα ηγεσίας

Ηγεσία και καθοδήγηση από τον προϊστάμενο τους με βάση την διαδικασία αξιολόγησης και ανάπτυξης)

- Στυλ ηγεσίας
- Ικανότητα Coaching
- Ικανότητα Feedback κλπ.

Για τα παραπάνω θέματα σας παραπέμπουμε στο συνημμένο έντυπό μας για το **5 CPF® – RETAIL Model**, για το οποίο μπορούμε να κάνουμε μια αναλυτική παρουσίαση με τους συνεργάτες μας για προβληματισμό και λήψη αποφάσεων.

## E. Mystery Shopping

### Σκοπός.

**Η προσέγγιση Mystery Shopping έχει ως σκοπό:**

- α) την χαρτογράφηση των δυνατών και αδύνατων σημείων στην διαδικασία πώλησης.
- β) την αξιολόγηση εφαρμογής της διαδικασίας πώλησης από τους πωλητές.

### Μέθοδος.

Επίσκεψη από εκπαιδευμένα άτομα που θα παίζουν τον ρόλο του πελάτη (Mystery shoppers) σε έναν αριθμό καταστημάτων. Οι Mystery shoppers, θα ακολουθούν συγκεκριμένα σενάρια που θα τους δοθούν. Μετά την επίσκεψη τους, συμπληρώνουν ερωτηματολόγιο (περίπου 45 ερωτήσεων) στους ακόλουθους ενδεικτικούς τομείς:

- Καλωσόρισμα – Χαιρετισμός
- Ενεργητική Ανταλλαγή Πληροφόρησης
- Θετική Στάση & Ενσυναίσθηση
- Διερεύνηση αναγκών
- Χειρισμός Παραπόνων & Αντιρρήσεων
- Γενική Εντύπωση
- Το Κάτι Παραπάνω
- Ο Χώρος

Το Mystery Shopping παρέχει πληροφόρηση της απόδοσης των καταστημάτων στην διαδικασία πώλησης και αποτελεί μια αντικειμενική βάση για την λήψη αποφάσεων.

## Η ομάδα Συμβούλων και Εκπαιδευτών

### **Κώστας Βουτσινάς**

Ξεκίνησε την καριέρα του σε εμπορικά τμήματα των πολυεθνικών εταιρειών Johnson & Johnson και Wella Hellas όπου έλαβε ρόλους Πωλητή, Key Account Manager και Προϊσταμένου Πωλήσεων.

Στη συνέχεια στράφηκε στην ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού. Για πάνω από 12 χρόνια εργάστηκε σαν σύμβουλος πωλήσεων και εισηγητής στην Mercuri Int'l, Achieve Global Hellas και Bluepoint Leadership Development. Επίσης εργάστηκε και ως Διευθυντής Τμήματος Εκπαίδευσης καταστημάτων για την εταιρεία Γερμανός - Cosmote. Έχει συνεργαστεί με ένα μεγάλο αριθμό εταιριών τόσο στην χώρα μας όσο και σε ευρωπαϊκά project στην ανάπτυξη ικανοτήτων πωλήσεων, διοίκησης πωλήσεων καθώς και έργα ανάπτυξης ηγετικών στελεχών. Έχει επίσης αναλάβει ρόλους Διευθυντή Ανθρώπινου Δυναμικού και Διευθύνοντος Συμβούλου.

Έχει σπουδάσει Οικονομικά στο Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο, έχει μεταπτυχιακό τίτλο στη «Εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης» από το Ανοικτό Πανεπιστήμιο της Πάτρας και μεταπτυχιακό τίτλο «Master in Business Administration» από το Πανεπιστήμιο Vrije του Βελγίου.

### **Στέργιος Βλαχόπουλος**

Έχει περισσότερα από 30 χρόνια εμπειρίας στον χώρο των επιχειρήσεων. Στο παρελθόν κατείχε τις θέσεις του Trade Marketing Manager, Sales Manager, Sales and Operations Manager και του Commercial Manager σε εταιρείες συμπεριλαμβανομένων των Warner-Lambert/ Mondelez, Lipogen και Bingo SA.

Ο Στέργιος είναι πτυχιούχος Πληροφοριακών Συστημάτων και Προγραμματισμού, είναι Extended DISC International System Certified Trainer και Certified HeartMath Coach. Από το 2005, ο Στέργιος Βλαχόπουλος είναι Managing Partner στο Ελληνικό Franchise της Extended DISC International. Η εστίασή του είναι κυρίως στην Αξιολόγηση, Ανάπτυξη και Εκπαίδευση ανθρώπων.

The background of the slide is a blurred photograph of a group of people, likely in a meeting or conference setting. The individuals are out of focus, with their faces and clothing appearing as soft, indistinct shapes in various colors like blue, white, and grey. The overall tone is professional and collaborative.

***Αναλυτική Παρουσίαση  
των Προγραμμάτων***

---

# Λιανική Πώληση - Υπεύθυνοι Καταστημάτων

---

# Ανάπτυξη Απόδοσης στη Λιανική Πώληση

## Σκοπός

Να υιοθετήσουν τα ηγετικά στελέχη που ανήκουν στον κλάδο της Λιανικής ένα ολοκληρωμένο Σύστημα Διοίκησης της Απόδοσης και να εξασκηθούν στις τεχνικές και μεθοδολογίες στην Διοίκηση Προσωπικού.

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Καθοδηγήσουν τη βελτίωση της επιχειρησιακής και ατομικής απόδοσης με δείκτες μέτρησης
- Κινητοποιήσουν και να εξασφαλίσουν τη δέσμευση των ανθρώπων για την επίτευξη των στόχων
- Εντοπίζουν και αναδεικνύουν ικανούς ανθρώπους – μελλοντικά στελέχη
- Εφαρμόζουν τη στρατηγική στη καθημερινή εργασία
- Καλλιεργούν κουλτούρα απόδοσης
- Συνδέουν την αξιολόγηση με το σύστημα αμοιβών και επιβράβευσης

## Σε ποιους απευθύνεται

- Προϊσταμένους Τμήματος Εξυπηρέτησης & Ταμείων
- Προϊσταμένους Καταστημάτων
- Area Managers

## Θεματολογία

1. Διαχείριση της Απόδοσης
  - Η διαδικασία της διαχείρισης της απόδοσης
  - Η στοχοθέτηση
  - Προγραμματισμός
  - Τεχνικές επίλυσης προβλημάτων
2. Καθοδήγηση και Ανάπτυξη
  - Η αναγκαιότητα της καθοδήγησης
  - Δίνοντας θετικό feedback, εντοπισμός μειωμένης απόδοσης, διορθωτικό feedback,
  - Διενέργεια καθημερινών και μηνιαίων συναντήσεων για feedback
  - Εντοπισμός ατόμων με χαμηλή και υψηλή απόδοση.
3. Αξιολόγηση
  - Η ετήσια αξιολόγηση, διενέργεια συνάντησης αξιολόγησης
  - Πλάνο Ανάπτυξης
4. Αναγνώριση
  - Συστήματα επιβράβευσης (οικονομικά, μη-οικονομικά),
  - Κινήτρων για ανάπτυξη κουλτούρας απόδοσης
5. Εργαλεία
  - Πώς λειτουργούν τα εργαλεία Αξιολόγησης, Ανάλυσης Ικανοτήτων, Φόρμα Προσωπικής Συνάντησης, Check List Διευθυντή κ.α.

# Retail Sales Coaching

## Σκοπός

Το πρόγραμμα εστιάζεται στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων - Coaching των ηγετικών στελεχών της επιχείρησης με απώτερο σκοπό στην ανάπτυξη των ικανοτήτων των πωλητών.

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Βελτιώνουν την απόδοση της ομάδας και τα αποτελέσματα του κάθε ατόμου ξεχωριστά.
- Αναπτύξουν τις ικανότητες του κάθε πωλητή σε όλες τις φάσεις της διαδικασίας Πώλησης
- Γνωρίζουν πώς να παρατηρούν, να παρακινούν και να δίνουν feedback
- Γνωρίζουν ποιο στυλ Coaching να χρησιμοποιούν στις διάφορες καταστάσεις
- Αξιολογούν την ικανότητά τους ως Coach χρησιμοποιώντας δείκτες μέτρησης Coach
- Χρησιμοποιούν τα εργαλεία Coaching

## Σε ποιους απευθύνεται

- Προϊσταμένους Τμήματος Εξυπηρέτησης & Ταμείων
- Προϊσταμένους Καταστημάτων
- Area Managers

## Θεματολογία

1. Εισαγωγή στο Sales Coaching.
  - Παρατήρηση της διαδικασίας πώλησης και της αγοραστικής διαδικασίας (KPIs).
  - Παρακίνηση
  - Αναπτυξιακό feedback
2. Ανάπτυξη της ομάδας
  - Τα στάδια ανάπτυξης της ομάδας
  - Διαχείριση των συγκρούσεων
  - Πλάνο ανάπτυξης ομάδας καταστήματος
3. Η Διαδικασία του Coaching:
  - Τα βήματα του Coaching
  - Το μοντέλο GROW
4. Δημιουργία Σχεδίου Δράσης
  - Για το άτομο
  - Για την ομάδα
  - Χρονοδιάγραμμα και KPI's.

# Selling Through Service

## Σκοπός

Να μπορούν οι συμμετέχοντες να κατανοήσουν τις διαστάσεις της εξυπηρέτησής και να επιλέγουν συνειδητά συμπεριφορές που οδηγούν σε ικανοποιημένους πελάτες με υψηλότερες πωλήσεις.

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Αντιλαμβάνονται τις διαστάσεις της εξυπηρέτησης και τον ρόλο των στελεχών εξυπηρέτησης.
- Να εντοπίζουν και να ενδυναμώνουν τις συμπεριφορές που επηρεάζουν τον πελάτη.
- Να μπορούν να αναπτύξουν επικοινωνία συνειδητά επιλεγμένη και με στόχο την εξυπηρέτηση του πελάτη.
- Να εξοικειωθούν στην χρήση τεχνικών που αναπτύσσουν τις σχέσεις με τους πελάτες.
- Να βελτιώσουν τις ικανότητές τους στον χειρισμό των παραπόνων του πελάτη.

## Σε ποιους απευθύνεται

- Υπεύθυνους Εξυπηρέτησης
- Προϊσταμένους Τμήματος Εξυπηρέτησης

## Θεματολογία

1. Εξυηρητώντας τον Πελάτη
  - Στιγμές αλήθειας
  - Προσδοκίες και Εμπειρίες του πελάτη
  - Τα Επίπεδα Εξυηρητήσης
2. Η Συναλλαγή
  - Υποδέχομαι τον πελάτη
  - Κατανώ και Ανταποκρίνομαι
  - Αποχαιρετώ τον πελάτη
3. Τύποι Πελατών
  - Οι Τέσσερεις Τύποι των Πελατών
  - Προσέγγιση των Πελατών
4. Διαχείριση αντιρρήσεων
  - Οι κατηγορίες των αντιρρήσεων
  - Τεχνικές Χειρισμού Αντιρρήσεων

# Αποτελεσματικότητα στην Επικοινωνία I

## Σκοπός

Το πρόγραμμα παρουσιάζει τις διαστάσεις και τα ποιοτικά στοιχεία της Εξυπηρέτησης. Εστιάζοντας σε αυτά δίνει τεχνικές επικοινωνίας και χειρισμού των διαφορετικών τύπων πελατών με απώτερο στόχο να αναπτύξει τις δεξιότητες επικοινωνίας των συμμετεχόντων.

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Αντιλαμβάνονται τις διαστάσεις της εξυπηρέτησης και να επιλέγουν συμπεριφορές που επηρεάζουν θετικά τον πελάτη
- Να μπορούν να αναπτύξουν επικοινωνία συνειδητά επιλεγμένη και με στόχο την εξυπηρέτηση του πελάτη.
- Να εξοικειωθούν στην χρήση τεχνικών που αναπτύσσουν τις σχέσεις με τους πελάτες
- Να βελτιώσουν τις ικανότητές μας στον χειρισμό διαφορετικών συμπεριφορών πελατών
- Σχεδιάσουν ένα προσωπικό πλάνο ανάπτυξης

## Σε ποιους απευθύνεται

- Υπεύθυνους Εξυπηρέτησης
- Πωλητές

## Θεματολογία

1. Αυτοαξιολόγηση
  - Διάγνωση του επιπέδου Εξυπηρέτησης & Επικοινωνίας
2. Ποιοτική Εξυπηρέτηση
  - Στιγμές αλήθειας
  - Τα Επίπεδα Εξυπηρέτησης
  - Χαρακτηριστικά Ποιοτικής Εξυπηρέτησης (RAITER)
3. Ο Πελάτης
  - Οι Προσδοκίες των Πελατών
  - Τύποι Πελατών
  - Πως τους παρακινούμε
4. Τονίζοντας το θετικό
  - Ομιλία
  - Μη Λεκτική Επικοινωνία
5. Αντιμετώπιση Πελατών
  - Χειρισμός Κλασικών Συμπεριφορών Πελατών
  - Χειρισμός Δυσारेσσημένων Πελατών
  - Χειρισμός Δύσκολων Περιπτώσεων
6. Αυτοαξιολόγηση & Πλάνο Δράσης

# Αποτελεσματικότητα στην Επικοινωνία II

## Σκοπός

Το πρόγραμμα παρέχει ειδικές τεχνικές και παρουσιάζει συμπεριφορές που βοηθούν τους πωλητές να δημιουργήσουν μια επικοινωνία ουσιαστική και αποτελεσματική με τους πελάτες

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Επιλέγουν και να ενδυναμώσουν τις παραγωγικές συμπεριφορές που τους βοηθούν να ελέγχουν και να καθοδηγούν αποτελεσματικά τις συζητήσεις με τους πελάτες
- Να επιλέγουν και να χρησιμοποιούν συνειδητά ειδικές τεχνικές επικοινωνίας σχεδιασμένες για υψηλού επιπέδου εξυπηρέτηση
- Επιλέγουν συμπεριφορές και τεχνικές που οδηγούν την επικοινωνία πωλήσεων σε ένα υψηλότερο επίπεδο ενώ παράλληλα χτίζουν την σχέση με τον πελάτη
- Ενδυναμώσουν τον ρόλο τους απέναντι στον πελάτη

## Σε ποιους απευθύνεται

- Έμπειρους Πωλητές και Υπεύθυνους Εξυπηρέτησης
- Προϊσταμένους Τμήματος Εξυπηρέτησης

## Θεματολογία

1. Εξασφαλίζοντας την Προσοχή και το Ενδιαφέρον
  - Έξυπνη Εισαγωγή
  - Λεκτικά και Οπτικά Ερεθίσματα
  - Γλώσσα του Σώματος
2. Παραγωγικές Ερωτήσεις
  - Τύποι Ερωτήσεων
  - Παραδείγματα Ερωτήσεων
  - Κρατώντας την Πρωτοβουλία στην Συζήτηση
3. Ενεργητική Ακρόαση & Ανταπόκριση
  - Ενεργητική Ακρόαση
  - Εμπόδια Ακρόασης
  - Ψευδοακρόαση
  - Τεχνικές ακρόασης
  - Επαναδιατυπώση
  - Παράφραση
  - Αντανάκλαση
4. Διεκδίκηση
  - Παθητική Συμπεριφορά / επιθετική Συμπεριφορά
  - Διεκδικητική Συμπεριφορά
  - Παραδείγματα Συμπεριφορών
  - Εμπόδια στην Διεκδίκηση
  - Φόβοι, Το Μαύρο Κουτί

---

# Λιανική Πώληση – Πωλητές / Σύμβουλοι Πωλήσεων

---

# Τα 7 Βήματα στη Λιανική Πώληση

## Σκοπός

Να υιοθετήσουν οι συμμετέχοντες μεθοδολογίες που τους βοηθούν να πετύχουν υψηλότερες πωλήσεις με τρόπο επαγγελματικό και δημιουργώντας πάντα ικανοποιημένους πελάτες.

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Εντοπίζουν και να ενδυναμώνουν παραγωγικές συμπεριφορές προσαρμοσμένες στον ρόλο τους που τους βοηθούν να ελέγχουν και να καθοδηγούν αποτελεσματικά τις συζητήσεις με τους πελάτες
- Επιλέγουν και να χρησιμοποιούν συνειδητά τις τεχνικές πωλήσεων σε κάθε φάση της διαδικασίας πώλησης
- Επιτυγχάνουν υψηλότερες πωλήσεις και συμπληρωματικές πωλήσεις
- Χειρίζονται επιδέξια τις αντιρρήσεις των πελατών
- Εξασκηθούν στην εφαρμογή των τεχνικών πώλησης

## Σε ποιους απευθύνεται

- Πωλητές
- Προϊσταμένους Καταστημάτων
- Area Managers

## Θεματολογία

1. Προετοιμασία
  - Προσέλευση
  - Ενημέρωση
  - Επικοινωνία Ομάδας
2. Χαιρετισμός Πελάτη
  - Καλωσόρισμα του πελάτη
  - Δημιουργία φιλικού και οικείου κλίματος
3. Διερεύνηση Αναγκών
  - Τεχνική Ερωτήσεων
  - Ακρόαση
  - Ανταπόκριση
4. Παρουσίαση Πρότασης
  - Οφέλη
  - Σύνδεση με Ανάγκες
5. Συμπληρωματική Πώληση
  - Σύνδεση
  - Συμπληρωματική Πώληση
6. Χειρισμός Αντιρρήσεων
  - Γιατί αντιμετωπίζουμε Αντιρρήσεις
  - Τεχνικές Αντιρρήσεων

# Χτίζοντας το Μοντέλο Πώλησης

## Σκοπός

Πρόκειται για ένα workshop και ταυτόχρονα μια ερευνητική προσέγγιση που στοχεύει να παρέχει στους συμμετέχοντες μια μεθοδολογία ανάπτυξης ενός μοναδικού μοντέλου Εξυπηρέτησης και Πώλησης.

## Οφέλη

- Προσδιορισμός της «πελατοκεντρικής» προσέγγισης και των Αξιών Εξυπηρέτησης της επιχείρησης
- Ανάπτυξη ενός Μοντέλου Πώλησης που θα οδηγεί σε υψηλότερες πωλήσεις στο κατάστημα
- Προσδιορισμός των επιπρόσθετων ικανοτήτων και δεξιοτήτων που απαιτούνται για την επίτευξη υψηλής απόδοσης
- Δημιουργία ενός συστήματος εκπαίδευσης, παρακολούθησης και Coaching με στόχο την συνεχή ανάπτυξη των πωλήσεων

## Σε ποιους απευθύνεται

- Γενικός Διευθυντής
- Διευθυντής Δικτύου
- Διευθυντές Καταστημάτων

## Θεματολογία

1. Δημιουργία Οράματος
  - Το Όραμα της Επιχείρησης
  - Τι Προσφέρει στους πελάτες
  - Οι Αξίες της Επιχείρησης και οι Αξίες Εξυπηρέτησης
  - Στοιχεία Ποιοτικής Εξυπηρέτησης (RAITER)
2. Μοντέλο Πωλήσεων
  - Έρευνα Πελατών
  - Τύποι Πωλήσεων
  - Ανάπτυξη Μοντέλου
  - Σχεδιασμός των KPI's
3. Σχεδιασμός Μοντέλου Συνεχούς Ανάπτυξης
  - Συγκέντρωση πληροφοριών
  - Αξιολόγηση Ικανοτήτων Πωλητών
  - Προσδιορισμός των επιπλέον δεξιοτήτων
  - Σχεδιασμός ενός μακροχρόνιου και πολυεπίπεδου πλάνου Ανάπτυξης Δεξιοτήτων
  - Σχεδιασμός των Retail Leadership Standards
4. Coaching
  - Βασικές τεχνικές Coaching
  - Ανάπτυξη Εργαλείων Παρακολούθησης, Αξιολόγησης και Εκπαίδευσης

# Αποτελεσματικότητα στην Επικοινωνία I

## Σκοπός

Το πρόγραμμα παρουσιάζει τις διαστάσεις και τα ποιοτικά στοιχεία της Εξυπηρέτησης. Εστιάζοντας σε αυτά δίνει τεχνικές επικοινωνίας και χειρισμού των διαφορετικών τύπων πελατών με απώτερο στόχο να αναπτύξει τις δεξιότητες επικοινωνίας των συμμετεχόντων.

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Αντιλαμβάνονται τις διαστάσεις της εξυπηρέτησης και να επιλέγουν συμπεριφορές που επηρεάζουν θετικά τον πελάτη
- Να μπορούν να αναπτύξουν επικοινωνία συνειδητά επιλεγμένη και με στόχο την εξυπηρέτηση του πελάτη.
- Να εξοικειωθούν στην χρήση τεχνικών που αναπτύσσουν τις σχέσεις με τους πελάτες
- Να βελτιώσουν τις ικανότητές μας στον χειρισμό διαφορετικών συμπεριφορών πελατών
- Σχεδιάσουν ένα προσωπικό πλάνο ανάπτυξης

## Σε ποιους απευθύνεται

- Υπεύθυνους Εξυπηρέτησης
- Πωλητές

## Θεματολογία

7. Αυτοαξιολόγηση
  - Διάγνωση του επιπέδου Εξυπηρέτησης & Επικοινωνίας
8. Ποιοτική Εξυπηρέτηση
  - Στιγμές αλήθειας
  - Τα Επίπεδα Εξυπηρέτησης
  - Χαρακτηριστικά Ποιοτικής Εξυπηρέτησης (RAITER)
9. Ο Πελάτης
  - Οι Προσδοκίες των Πελατών
  - Τύποι Πελατών
  - Πως τους παρακινούμε
10. Τονίζοντας το θετικό
  - Ομιλία
  - Μη Λεκτική Επικοινωνία
11. Αντιμέτωπιση Πελατών
  - Χειρισμός Κλασικών Συμπεριφορών Πελατών
  - Χειρισμός Δυσανεστημένων Πελατών
  - Χειρισμός Δύσκολων Περιπτώσεων
12. Αυτοαξιολόγηση & Πλάνο Δράσης

# Αποτελεσματικότητα στην Επικοινωνία ΙΙ

## Σκοπός

Το πρόγραμμα παρέχει ειδικές τεχνικές και παρουσιάζει συμπεριφορές που βοηθούν τους πωλητές να δημιουργήσουν μια επικοινωνία ουσιαστική και αποτελεσματική με τους πελάτες

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Επιλέγουν και να ενδυναμώσουν τις παραγωγικές συμπεριφορές που τους βοηθούν να ελέγχουν και να καθοδηγούν αποτελεσματικά τις συζητήσεις με τους πελάτες
- Να επιλέγουν και να χρησιμοποιούν συνειδητά ειδικές τεχνικές επικοινωνίας σχεδιασμένες για υψηλού επιπέδου εξυπηρέτηση
- Επιλέγουν συμπεριφορές και τεχνικές που οδηγούν την επικοινωνία πωλήσεων σε ένα υψηλότερο επίπεδο ενώ παράλληλα χτίζουν την σχέση με τον πελάτη
- Ενδυναμώσουν τον ρόλο τους απέναντι στον πελάτη

## Σε ποιους απευθύνεται

- Έμπειρους Πωλητές και Υπεύθυνους Εξυπηρέτησης
- Προϊσταμένους Τμήματος Εξυπηρέτησης

## Θεματολογία

5. Εξασφαλίζοντας την Προσοχή και το Ενδιαφέρον
  - Έξυπνη Εισαγωγή
  - Λεκτικά και Οπτικά Ερεθίσματα
  - Γλώσσα του Σώματος
6. Παραγωγικές Ερωτήσεις
  - Τύποι Ερωτήσεων
  - Παραδείγματα Ερωτήσεων
  - Κρατώντας την Πρωτοβουλία στην Συζήτηση
7. Ενεργητική Ακρόαση & Ανταπόκριση
  - Ενεργητική Ακρόαση
  - Εμπόδια Ακρόασης
  - Ψευδοακρόαση
  - Τεχνικές ακρόασης
  - Επαναδιατύπωση
  - Παράφραση
  - Αντανάκλαση
8. Διεκδίκηση
  - Παθητική Συμπεριφορά / επιθετική Συμπεριφορά
  - Διεκδικητική Συμπεριφορά
  - Παραδείγματα Συμπεριφορών
  - Εμπόδια στην Διεκδίκηση
  - Φόβοι, Το Μαύρο Κουτί

---

# Εξυπηρέτηση Πελατών

---

# Ηγεσία Εξυπηρέτησης

## Σκοπός

Το εργαστηριακό πρόγραμμα Ηγεσία Εξυπηρέτησης στοχεύει στην ανάπτυξη του καθοδηγητικού ρόλου των διευθυντών και προϊσταμένων στην διαδικασία της εξυπηρέτησης των πελατών.

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Αντιληφθούν τα κατονομάσουν τα σημεία της διαδρομής του πελάτη που χτίζουν την εμπειρία εξυπηρέτησης στο δικό τους κατάστημα
- Εφαρμόσουν τα εργαλεία και τις τεχνικές που διδάχτηκαν για την ενδυνάμωση των εμπειριών του πελάτη στο κατάστημά τους
- Επιλέγουν και να αναπτύσσουν σωστά την ομάδα τους
- Δημιουργήσουν ένα όραμα για το κατάστημα τους που θα παρακινεί και θα κερδίζει την δέσμευση των μελών της
- Δημιουργήσουν μια κουλτούρα εξυπηρέτησης που θα πηγάζει μέσα από τους εργαζόμενους

## Σε ποιους απευθύνεται

- Προϊσταμένους Τμήματος Εξυπηρέτησης
- Διευθυντές Καταστημάτων
- Area Managers

## Θεματολογία

Το περιεχόμενο προσαρμόζεται την στρατηγική στις ανάγκες του οργανισμού. Ένα βασικό φάσμα περιεχομένων είναι το ακόλουθο:

1. Το «Ταξίδι των Εμπειριών» του πελάτη
  - Καταγραφή των εμπειριών των πελάτη
  - Τα 5 βήματα της ανάλυσης των εμπειριών του πελάτη
  - Προτάσεις Βελτίωσης της εμπειρίας του πελάτη.
2. Χτίζοντας μια Δυνατή ομάδα Εξυπηρέτησης
  - Το προφίλ του «υπευθύνου εξυπηρέτησης»
  - Γνώσεις, Ικανότητες και Στάση
  - Επιλογή των υπευθύνων εξυπηρέτησης
  - Εκπαίδευση & Ανάπτυξη
  - Coaching
3. Δημιουργείστε ένα Δυνατό Όραμα
  - Όραμα & Αξίες του οργανισμού
  - Το Όραμα του δικού σας καταστήματος
  - Χτίστε ένα δυνατό μήνυμα
  - Χαράξτε μια διαδρομή για το μέλλον

# Service Excellence

## Σκοπός

Να μπορούν οι συμμετέχοντες να κατανοήσουν τις διαστάσεις της εξυπηρέτησης και να επιλέγουν συνειδητά συμπεριφορές που οδηγούν στην ικανοποίηση του πελάτη και αναπτύσσουν την αφοσίωσή του.

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Αντιλαμβάνονται τις διαστάσεις της εξυπηρέτησης και τον ρόλο των στελεχών εξυπηρέτησης
- Να εντοπίζουν και να ενδυναμώνουν τις συμπεριφορές που επηρεάζουν τον πελάτη
- Να μπορούν να αναπτύξουν επικοινωνία συνειδητά επιλεγμένη και με στόχο την εξυπηρέτηση του πελάτη.
- Να εξοικειωθούν στην χρήση τεχνικών που αναπτύσσουν τις σχέσεις με τους πελάτες
- Να βελτιώσουν τις ικανότητές τους στον χειρισμό των παραπόνων του πελάτη

## Σε ποιους απευθύνεται

- Υπεύθυνους Εξυπηρέτησης
- Στελέχη Εξυπηρέτησης
- Προϊσταμένους Τμήματος Εξυπηρέτησης

## Θεματολογία

1. Εξυπηρετώντας τον Πελάτη
  - Στιγμές αλήθειας
  - Προσδοκίες και Εμπειρίες του πελάτη
  - Τα Επίπεδα Εξυπηρέτησης
2. Δημιουργία Σχέσεων
  - Οι βασικές αρχές ανάπτυξης σχέσεων με τους πελάτες
  - Εστιάζομαι στον πελάτη
  - Επικοινωνώ αποτελεσματικά με τον πελάτη
3. Ειδικές περιπτώσεις πελατών
4. Διαχείριση παραπόνων
  - Λόγοι ύπαρξης παραπόνων
  - Τεχνικές χειρισμού παραπόνων
  - Μην φορτίζεστε με αρνητικά συναισθήματα

# Αποκατάσταση Σχέσεων με τους Πελάτες

## Σκοπός

Να υιοθετήσουν οι συμμετέχοντες μεθοδολογίες και προσεγγίσεις που τους βοηθούν να χειρίζονται δύσκολες καταστάσεις εξυπηρέτησης πελάτων με τελικό στόχο την αποκατάσταση της σχέσης και την ενδυνάμωση της αφοσίωσης των πελατών.

## Οφέλη

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να :

- Εντοπίζουν και να ενδυναμώνουν τις παραγωγικές συμπεριφορές και τον πελατοκεντρικό χαρακτήρα της εξυπηρέτησής
- Να εξοικειωθούν στην χρήση τεχνικών που αποκαθιστούν τις σχέσεις με τους πελάτες στο επίπεδο της εξυπηρέτησης
- Να βελτιώσουν τις ικανότητές των στελεχών εξυπηρέτησης στην διαχείριση δύσκολων καταστάσεων εξυπηρέτησής

## Σε ποιους απευθύνεται

- Υπεύθυνους Εξυπηρέτησης
- Προϊσταμένους Τμήματος Εξυπηρέτησης

## Θεματολογία

1. Επαναφέροντας τη Συζήτηση
  - Τεχνικές Επαναφοράς
  - Οι δικές σας περιπτώσεις
2. Ανεπιθύμητες Πληροφορίες
  - Τεχνικές Παροχής Ανεπιθύμητων Πληροφοριών
  - Οι δικές σας περιπτώσεις
3. Αποκατάσταση της Σχέσης με τους Πελάτες
  - Ακούστε και Αποφορτίστε την ένταση
  - Παραγωγικές Εκφράσεις
  - Οι 5 τεχνικές αποφόρτισης
  - Προχωρήστε την διαδικασία εξυπηρέτησης & Δώστε μια δυναμική λύση
  - Εφαρμογή

# Generate Customer Experience Toolkit

## Σκοπός

Το Generate Customer Experience Toolkit είναι ένα εργαλείο εκπαίδευσης προσαρμοσμένο πλήρως στις ανάγκες των καταστημάτων λιανικής πώλησης. Πρόκειται για μια ολιστική διαδικασία εκπαίδευσης με την συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων στην διαδικασία εξυπηρέτησης. Ο στόχος του είναι η «Αριστεία» στην Εξυπηρέτηση και η ενδυνάμωση των δεξιοτήτων των εργαζομένων.

## Οφέλη

- Είναι προσαρμοσμένο στην ανάγκες του οργανισμού και στην στρατηγική του
- Ενεργοποιούνται όλοι οι εμπλεκόμενοι στην διαδικασία εξυπηρέτησης και ικανοποίησης του πελάτη
- Προσαρμόζεται στις πραγματικές ανάγκες του καταστήματος
- Είναι πρακτικό και εύκολο
- Δημιουργεί μια ισχυρή κουλτούρα Εξυπηρέτησης και Πώλησης
- Ενδυναμώνει την Εμπείρια του Πελάτη
- Αυξάνει τις πωλήσεις

## Σε ποιους απευθύνεται

- Υπεύθυνους Εξυπηρέτησης
- Προϊσταμένους Τμήματος Εξυπηρέτησης
- Διευθυντές Καταστημάτων
- Area Managers

## Θεματολογία

Το περιεχόμενο προσαρμόζεται στη στρατηγική και τις ανάγκες του οργανισμού. Ένα βασικό φάσμα περιεχομένων είναι τα ακόλουθα:

1. Speeding Phase/Φάση Εκκίνησης
  - Πρόκειται για βασικές συζητήσεις όπου διαμορφώνεται η έννοια της εξυπηρέτησης.
2. Service Excellence/Αρίστη Εξυπηρέτηση
  - Εστιάζεται σε θέματα που αφορούν την εξυπηρέτηση σε επιμέρους τομείς με έμφαση στην συμπεριφορά
3. Accelerate Sales/Επιτάχυνση Πωλήσεων
  - Αφορά κυρίως τεχνικές που διευκολύνουν τη διαδικασία της πώλησης από τους υπαλλήλους εξυπηρέτησης.
4. Creating Relations/ Δημιουργία Σχέσεων
  - Εστιάζεται σε τεχνικές επικοινωνίας με στόχο την δημιουργία ενός κατάλληλου κλίματος και πλαισίου επικοινωνίας όπου μπορεί να αναπτυχθεί με επιτυχία η σχέση υπαλλήλου εξυπηρέτησης και πελάτη.
5. Management Review/Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού
  - Πρόκειται για εργαλεία που βοηθούν τον υπεύθυνο στην διαχείριση των εργαζομένων στο κατάστημα.

# Εφαρμοσμένο Merchandising

## Σκοπός

Το πρόγραμμα στοχεύει να εφοδιάσει τους συμμετέχοντες με τις βασικές αρχές και μεθοδολογίες του merchandising καθώς και να εξασκήσει τις δεξιότητες συζήτησης & επιχειρηματολογίας.

## Οφέλη

- Εφαρμόσουν άμεσα τις αρχές του merchandising στην πράξη
- Προετοιμάζονται σωστά πριν την επίσκεψη στον πελάτη
- Εργάζονται μεθοδολογικά και αποδοτικά
- Επιχειρηματολογήσουν με τον πελάτη για θέματα που αφορούν τον merchandising

## Σε ποιους απευθύνεται

- Υπευθύνους Merchandising
- Πωλητές

## Θεματολογία

1. Merchandising
  - Ο ρόλος του Merchandising
  - Οι στόχοι του Merchandising
  - Τα πέντε "ΠΡΕΠΕΙ" του Merchandising
2. Το Εφαρμοσμένο Merchandising
  - Κατηγορίες αγορών μέσα στο κατάστημα
  - Οι βασικοί στόχοι των υπεύθυνων των Supermarket
  - Βασικά σημεία του εφαρμοσμένου Merchandising
    - Η ροή των καταναλωτών
    - Θέση στα ράφια
    - Χώρος στα ράφια
    - Προβολές
3. Ποιοτικά Στοιχεία – Δομή της Επίσκεψης
  - Τα προσόντα του ιδανικού merchandiser
  - Προετοιμασία
  - Η συνολική Δομή της Επίσκεψης
4. Χειρισμός Αντιρρήσεων



Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τις συμβουλευτικές κι εκπαιδευτικές μας υπηρεσίες στον Τομέα των Πωλήσεων μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μας στα:

210-48.38.714, 712 & 706 | [sales@excellence.gr](mailto:sales@excellence.gr)