

ΣΥΝΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

- ❑ Το σκηνικό και η εξέλιξη της αγοράς σήμερα. Τάσεις διαφοροποίησης στο άμεσο μέλλον.
- ❑ Η οργάνωση των πωλήσεων μέσα στο χώρο της επιστήμης και της τεχνικής
- ❑ Ποιος ο ρόλος της «επιστημονικής» πώλησης για την επιχείρηση και για την αγορά όπως διαμορφώνεται σήμερα.
- ❑ Το «ιερό τρίγωνο»: πελάτης – πωλητής – εταιρεία
- ❑ Ο ανταγωνισμός
- ❑ Τι είναι Πώληση;
- ❑ Ποιος πρέπει να είναι ο πωλητής σήμερα.
- ❑ Τι είναι A.I.C.D.A; Σύνθημα;
- ❑ Τεχνική των ερωτήσεων για έλεγχο και πληροφορίες
- ❑ «Πουλώντας τα οφέλη» – όχι τα χαρακτηριστικά
- ❑ Πειθώ – Χειρισμός αντιρρήσεων.
- ❑ Επικοινωνία – Συνεργασία – Ομαδικότητα
- ❑ Διατήρηση πελατών
- ❑ Υπηρεσίες μετά την πώληση
- ❑ Αναλυτική μελέτη περιπτώσεων (case studies) – ασκήσεις

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ

30 ώρες (15 ημέρες x 2 ώρες)

<p>ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ</p>	<p>Κωνσταντίνος Διακομανώλης <i>Πτυχιούχος Οικονομικού Πανεπιστημίου Πειραιά Μεταπτυχιακό Οργάνωσης Επιχειρήσεων</i></p> <p>Διαθέτει 30 χρόνια εργασιακής και εκπαιδευτικής εμπειρίας στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων και ειδικότερα στα εμπορικά τμήματα. Μεταξύ των άλλων, διητέλεσε διευθυντής πωλήσεων και Marketing για οκτώ έτη στην 3M Hellas AE και για τρία έτη στην ALKO ΕΛΛΑΣ ΑΕ. Είναι συγγραφέας των βιβλίων «Η Επιστήμη των Πωλήσεων» (2008), «Πωλήσεις. Μια δύσκολη επιστήμη (1996).</p>
<p>ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ</p>	<p>Το πρόγραμμα αυτό απευθύνεται:</p> <ul style="list-style-type: none"> • σε επιχειρηματίες, σε μέλη Διοικητικών Συμβουλίων, σε στελέχη επιχειρήσεων που χαράζουν στρατηγικές και πολιτικές για την πορεία της εταιρείας τους. • σε πεπειραμένους και λιγότερο πεπειραμένους πωλητές. • σε όλους όσους εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με την διαδικασία των πωλήσεων και έρχονται σε απευθείας επικοινωνία με τους πελάτες προσωπικά ή στο τηλέφωνο. • σε όλους που θέλουν να βελτιώσουν τις σχέσεις τους με τους συναδέλφους τους. • σε όλους όσους δραστηριοποιούνται στο χώρο των καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων καθώς και σε υπηρεσίες που εμπλέκονται στο σχεδιασμό και υλοποίηση επιχειρηματικών προγραμμάτων.
<p>ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • να ανακαλύψουμε γνώμες, ιδέες, απόψεις και συναισθήματα που εμποδίζουν ή προσθέτουν στην αποτελεσματικότητα. • να αποκτήσουμε εμπειρία σε θέματα συνεργασίας και επίτευξης συμφωνίας με άλλα άτομα. • να προχωρήσουμε στον σχεδιασμό και ανάπτυξη ενός Marketing Plan (πλάνο πολιτικής κατάκτησης της αγοράς). • να κατανοήσουμε τις τεχνικές Marketing (τον σχεδιασμό και την υλοποίηση των στόχων του Marketing plan). • να αναλύσουμε επίσης στρατηγικές και πιθανότητες επίτευξης στόχων του επιχειρηματικού σχεδιασμού. • να μεθοδεύσουμε την προσέγγιση της ομάδας των πωλήσεων και την κατάρτισή της σε αποδεδειγμένα αποτελεσματικές τεχνικές πωλήσεων. • Σαν αποτέλεσμα όλων, να μεγαλώσουμε την εταιρεία, να γίνουμε ηγέτες στην αγορά, και να αυξήσουμε τα κέρδη.