
Marketing Προϊόντων και Υπηρεσιών Ομορφιάς

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Κέντρο Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης (Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.) του **Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών (Ε.Κ.Π.Α.)** σας καλωσορίζει στο Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης και συγκεκριμένα στο πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης με τίτλο **«Marketing Προϊόντων και Υπηρεσιών Ομορφιάς»**.

Η ανάγκη συνεχούς επιμόρφωσης και πιστοποίησης επαγγελματικών δεξιοτήτων οδήγησε το **Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης (E-Learning)** του Ε.Κ.Π.Α. στο σχεδιασμό των πρωτοποριακών αυτών Προγραμμάτων Επαγγελματικής Επιμόρφωσης και Κατάρτισης, με γνώμονα τη **διασύνδεση της θεωρητικής με την πρακτική γνώση**, αναπτύσσοντας κυρίως, την εφαρμοσμένη διάσταση των επιστημών στα αντίστοιχα επαγγελματικά πεδία.

Στη συνέχεια, σας παρουσιάζουμε αναλυτικά το πρόγραμμα σπουδών για το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης: **«Marketing Προϊόντων και Υπηρεσιών Ομορφιάς»**, τις προϋποθέσεις συμμετοχής σας σε αυτό, καθώς και όλες τις λεπτομέρειες που πιστεύουμε ότι είναι χρήσιμες, για να έχετε μια ολοκληρωμένη εικόνα του προγράμματος.

2. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η παροχή υπηρεσιών και η πώληση προϊόντων ομορφιάς είναι ένας ευρύς κλάδος που απευθύνεται σε πελάτες με αυξημένες απαιτήσεις και προσδοκίες σε σχέση με τα άλλα καταναλωτικά προϊόντα και υπηρεσίες, μιας και καλύπτουν πολυδιάστατες συναισθηματικές και κοινωνικές ανάγκες. Το αντικείμενό τους, η φύση των προϊόντων και των υπηρεσιών, η προδιάθεση και οι απαιτήσεις των πελατών τους οριοθετούν ένα ιδιαίτερο περιβάλλον που οι εργαζόμενοι στον κλάδο πρέπει να κατανοήσουν, ώστε να δημιουργήσουν, να διατηρήσουν και να αυξήσουν την πελατειακή τους βάση.

Το marketing και οι τεχνικές πωλήσεων που διακρίνουν τον κλάδο έχουν τους δικούς τους κανόνες. Η προσέγγιση του πελάτη, η προώθηση της επιχείρησης των υπηρεσιών και των προϊόντων της, η παρουσία στο διαδίκτυο, η παροχή της υπηρεσίας, η συμπεριφορά και η πώληση έχουν τα δικά τους χαρακτηριστικά.

Το πρόγραμμα αυτό προσφέρει τις απαραίτητες γνώσεις για τον τομέα της ομορφιάς. Ο συμμετέχων θα αποκτήσει τις απαραίτητες γνώσεις που - σε συνδυασμό με την τέχνη του - θα του δώσουν την ευκαιρία να προοδεύσει στην παροχή υπηρεσιών ομορφιάς. Η

επιχειρηματικότητα στον κλάδο απαιτεί καινοτόμους, πρωτότυπους, εξωστρεφείς και δημιουργικούς τρόπους δράσης σε μια αγορά που συνεχώς επεκτείνεται.

Η "αλυσίδα της ομορφιάς" περιλαμβάνει τα καλλυντικά, την δίαιτα, την υγιεινή διατροφή, τα κέντρα αισθητικής, τα κομμωτήρια, την περιποίηση άκρων, το μασάζ, την γυμναστική, την ορθοδοντική, την πλαστική χειρουργική. Η ομορφιά αποτελεί έναν τρόπο ζωής που με την ευρύτερη έννοια μπορεί να περιλάβει ακόμα και την μόδα, τον τουρισμό και την ψυχαγωγία. Αυτή είναι η "κοινωνική" δομή και το περιβάλλον της αισθητικής. Η κατανόηση των αρχών του marketing και των τεχνικών των πωλήσεων που διέπουν τον κλάδο οδηγεί σε σφαιρική αντίληψη του κλάδου, ενημερώνει για την παγκόσμια αίσθηση της ομορφιάς, δίνοντας ιδέες για αποτελεσματική και ωφέλιμη επιχειρηματικότητα στον κλάδο.

Ο ανταγωνισμός, η πληθώρα των διαφορετικών προϊόντων που προσφέρονται, η διεύρυνση του κλάδου και σε άλλους τομείς και η κινητικότητα των πελατών κάνουν αυτό το πρόγραμμα απαραίτητο εφόδιο για τον εργαζόμενο στον κλάδο της ομορφιάς, εξοπλίζοντάς τον με έναν χρήσιμο τρόπο σκέψης για την πορεία του.

Τέλος, προκειμένου μια επιχείρηση να μπορεί να διατηρήσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου, ο αποσαφηνισμός της μορφής και της διάρθρωσής του, καθώς και ο καθορισμός των στόχων της επιχείρησης. Έτσι παρουσιάζεται ο τρόπος με τον οποίο μπορεί μια επιχείρηση να ξεπεράσει τις επιχειρηματικές δυσκολίες και να οδηγηθεί σε μια επιτυχημένη επιχειρηματικότητα που θα χαρακτηρίζεται από διατήρηση της βιωσιμότητάς της. Νευραλγικής σημασίας λειτουργίες -για το σκοπό αυτό- η διοίκηση των ανθρωπίνων πόρων καθώς και το μάρκετινγκ.

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε:

- ▶ Επιχειρηματίες στον κλάδο ομορφιάς (γυμναστές, κομμωτές, ιδιοκτήτες κέντρων αισθητικής, αισθητικούς, μασέρ, διαιτολόγους, φαρμακοποιούς που πωλούν καλλυντικά σκευάσματα, γιατρούς του κλάδου),
- ▶ Managers στον κλάδο ομορφιάς, σε συνδυασμό με τις άλλες τους σπουδές,
- ▶ Εργαζόμενους στον κλάδο ομορφιάς (reception, γραμματείς, τηλεφωνική εξυπηρέτηση, μασέρ, γυμναστές),
- ▶ Πωλητές καλλυντικών, αρωμάτων, προϊόντων και υπηρεσιών περιποίησης,
- ▶ Όσους ασχολούνται ή σκοπεύουν να ασχοληθούν επαγγελματικά με τον κλάδο ομορφιάς (Απόφοιτοι Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης),
- ▶ Άνθρωποι με εμπειρία στον κλάδο που χρειάζονται το θεωρητικό υπόβαθρο που θα τους βοηθήσει στο επάγγελμά τους και στην εξέλιξή τους στην αγορά.

3. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΠΟΥ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΔΕΚΤΟΙ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ - ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΤΑΞΗΣ

Αίτηση συμμετοχής μπορούν να υποβάλλουν:

- ▶ απόφοιτοι Πανεπιστημίου/ΤΕΙ της ημεδαπής και της αλλοδαπής
- ▶ απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με συναφή στο αντικείμενο εργασιακή εμπειρία

Λόγω του περιορισμένου αριθμού των θέσεων συμμετοχής, θα τηρηθούν αυστηρά τα παρακάτω κριτήρια επιλογής υποψηφίων.

Η αίτηση συμμετοχής υποβάλλεται ηλεκτρονικά, μέσω της ιστοσελίδας:

<https://elearningekpa.gr/>

4. ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ

Τα προαπαιτούμενα για την παρακολούθηση του Προγράμματος από τους εκπαιδευόμενους είναι:

- ▶ Πρόσβαση στο Διαδίκτυο
- ▶ Κατοχή προσωπικού e-mail
- ▶ Βασικές γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών

5. ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η διδασκαλία στα προγράμματα εξ αποστάσεως επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ διεξάγεται μέσω του διαδικτύου, προσφέροντας στον εκπαιδευόμενο «αυτονομία», δηλαδή δυνατότητα μελέτης ανεξαρτήτως περιοριστικών παραγόντων, όπως η υποχρέωση της φυσικής του παρουσίας σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο.

Το εκπαιδευτικό υλικό του προγράμματος διατίθεται σταδιακά, ανά διδακτική ενότητα, μέσω ειδικά διαμορφωμένων ηλεκτρονικών τάξεων. Κατά την εξέλιξη κάθε θεματικής ενότητας αναρτώνται σε σχετικό link οι απαραίτητες για την ομαλή διεξαγωγή της εκπαιδευτικής διαδικασίας ανακοινώσεις.

Ο εκπαιδευόμενος, αφού ολοκληρώσει τη μελέτη της εκάστοτε διδακτικής ενότητας, καλείται να υποβάλει ηλεκτρονικά, το αντίστοιχο τεστ αξιολόγησης. Τα τεστ μπορεί να περιλαμβάνουν ερωτήσεις αντιστοίχισης ορθών απαντήσεων, πολλαπλής επιλογής, αληθούς/ψευδούς

δήλωσης, ή upload, όπου ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να διατυπώσει και να επισυνάψει την απάντησή του. Η θεματική ενότητα μπορεί να συνοδεύεται από τελική εργασία, η οποία διατίθεται κατά την ολοκλήρωση της θεματικής ενότητας (εφόσον το απαιτεί η φύση της θεματικής ενότητας) και αφορά το σύνολο της διδακτέας ύλης.

Παράλληλα, παρέχεται **πλήρης εκπαιδευτική υποστήριξη** δεδομένου ότι ο εκπαιδευόμενος μπορεί να απευθύνεται ηλεκτρονικά (για το διάστημα που διαρκεί το εκάστοτε μάθημα) στον ορισμένο εκπαιδευτή του, μέσω ενσωματωμένου στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού συστήματος επικοινωνίας, για την άμεση επίλυση αποριών σχετιζόμενων με τις θεματικές ενότητες και τις ασκήσεις αξιολόγησης ή την τελική εργασία.

6. ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Σε κάθε διδακτική ενότητα ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να επιλύει και να υποβάλλει ηλεκτρονικά το αντίστοιχο τεστ, τηρώντας το χρονοδιάγραμμα που έχει δοθεί από τον εκπαιδευτή του. Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0 έως 100%. Συνολικά, η βαθμολογία κάθε θεματικής ενότητας προκύπτει κατά το 60% από τις ασκήσεις αξιολόγησης και κατά το υπόλοιπο 40% από την τελική εργασία, η οποία εκπονείται στο τέλος του συγκεκριμένου μαθήματος και εφόσον το απαιτεί η φύση αυτού.

Η χορήγηση του **Πιστοποιητικού Επιμόρφωσης** πραγματοποιείται, όταν ο εκπαιδευόμενος λάβει σε όλα τα μαθήματα βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%. Σε περίπτωση που η συνολική βαθμολογία ενός ή περισσότερων μαθημάτων δεν ξεπερνά το 50%, ο εκπαιδευόμενος έχει τη δυνατότητα επανεξέτασης των μαθημάτων αυτών μετά την ολοκλήρωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας του προγράμματος. Η βαθμολογία που θα συγκεντρώσει κατά τη διαδικασία επανεξέτασής του είναι και η οριστική για τα εν λόγω μαθήματα, με την προϋπόθεση ότι ξεπερνά εκείνη που συγκέντρωσε κατά την κανονική διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Σε διαφορετική περίπτωση διατηρείται η αρχική βαθμολογία.

7. ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ - ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ

Πέρα από την **επιτυχή ολοκλήρωση** του προγράμματος για τη χορήγηση του Πιστοποιητικού απαιτούνται τα εξής:

- ▶ Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης

Η διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης Εκπαιδευόμενου στοχεύει στη διασφάλιση της ποιότητας των παρεχομένων εκπαιδευτικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, εξουσιοδοτημένο στέλεχος του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ, επικοινωνεί τηλεφωνικώς με ένα τυχαίο δείγμα εκπαιδευόμενων, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν συμμετείχαν στις εκπαιδευτικές διαδικασίες του προγράμματος, εάν αντιμετώπισαν προβλήματα σε σχέση με το εκπαιδευτικό υλικό, την επικοινωνία με τον ορισμένο εκπαιδευτή τους, καθώς και με τη γενικότερη μαθησιακή διαδικασία. Η τηλεφωνική επικοινωνία διεξάγεται με την ολοκλήρωση του εκάστοτε προγράμματος, ενώ η μέση χρονική διάρκειά της συγκεκριμένης διαδικασίας είναι περίπου 2-3 λεπτά.

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης, εφόσον κληθεί, ή μη ταυτοποίησής του κατά τη διεξαγωγή της, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

► **Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων**

Ο δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων διασφαλίζει την εγκυρότητα των στοιχείων που έχει δηλώσει ο εκπαιδευόμενος στην αίτηση συμμετοχής του στο Πρόγραμμα και βάσει των οποίων έχει αξιολογηθεί και εγκριθεί η αίτηση συμμετοχής του σε αυτό.

Κατά τη διάρκεια ή μετά το πέρας του προγράμματος, πραγματοποιείται δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων από τη Γραμματεία. Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να είναι σε θέση να προσκομίσει τα απαραίτητα δικαιολογητικά τα οποία πιστοποιούν τα στοιχεία που έχει δηλώσει στην αίτηση συμμετοχής (Αντίγραφο Πτυχίου, Αντίγραφο Απολυτήριου Λυκείου, Βεβαίωση Εργασιακής Εμπειρίας, Γνώση Ξένων Γλωσσών κ.τ.λ.).

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων, εφόσον κληθεί, ή μη ύπαρξης των δικαιολογητικών αυτών, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

► **Αποπληρωμή του συνόλου των διδάκτρων**

Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να μην έχει οικονομικής φύσεως εκκρεμότητες. Σε περίπτωση που υπάρχουν τέτοιες, το πιστοποιητικό σπουδών διατηρείται στο αρχείο της Γραμματείας, μέχρι την ενημέρωση της για τη διευθέτηση της εκκρεμότητας.

Αναλυτική περιγραφή των παραπάνω υπάρχει στον Κανονισμό Σπουδών:

<https://elearningekpa.gr/regulation>

8. ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Οι συγγραφείς του εκπαιδευτικού υλικού είναι μέλη ΔΕΠ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών ή και ειδικοί εμπειρογνώμονες με ιδιαίτερη συγγραφική καταξίωση, οι οποίοι κατέχουν πολύ βασικό ρόλο στην υλοποίηση του προγράμματος.

9. ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΤΑΙ Η ΥΛΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης περιλαμβάνει **4 θεματικές ενότητες (μαθήματα)**.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Marketing Προϊόντων και Υπηρεσιών Ομορφιάς

Διδακτική Ενότητα 1: Το Περιβάλλον και η Παγκόσμια Αίσθηση της Ομορφιάς

Σκοπός της ενότητας είναι να περιγράψει το περιβάλλον της «ομορφιάς» από ιστορική, κοινωνιολογική, κοινωνική, και εμπορική άποψη. Η υποκειμενικότητα της ομορφιάς, οι ανάγκες των πελατών που καλύπτει και η συναισθηματική και αισθητική τους ικανοποίηση είναι καθοριστικές έννοιες για την κατανόηση της λειτουργίας αυτής της αγοράς. Οι επώνυμες μάρκες και η στρατηγική επέκτασης των επώνυμων οίκων μόδας στην παγκόσμια αγορά της ομορφιάς διαμορφώνουν το σύγχρονο περιβάλλον της ομορφιάς. Το «μάρκετινγκ εμπειρίας» δίνει τους άξονες για την διαφοροποιημένη παροχή υπηρεσιών ομορφιάς. Η βιομηχανία της ομορφιάς αποτιμάται σε 180 δις ευρώ και έχει αυξητικές τάσεις.

Διδακτική Ενότητα 2: Μίγμα Μάρκετινγκ - Το Υλικό Προϊόν

Οι αρχές του Μάρκετινγκ βοηθούν στην δημιουργία, στην προώθηση και στην πώληση των καλλυντικών προϊόντων. Ο τρόπος σκέψης και η ορολογία του Μάρκετινγκ βοηθούν στην επικοινωνία, στην σκέψη για καινοτομία καθώς και στην αντίληψη των τακτικών των ανταγωνιστών. Στο σύγχρονο περιβάλλον των επιχειρήσεων ομορφιάς, δεν αρκεί μόνο το ταλέντο. Χρειάζεται και η σωστή τοποθέτηση, τιμολόγηση και επικοινωνία του προϊόντος, ώστε να αντιληφθούν οι πελάτες τα οφέλη που προμηθεύονται.

Διδακτική Ενότητα 3: Μίγμα Μάρκετινγκ - Το Άυλο Προϊόν - Οι Υπηρεσίες

Στην προηγούμενη υποενότητα εξετάστηκαν οι μεταβλητές του Μάρκετινγκ για τα υλικά αγαθά. Η ομορφιά είναι ένας τομέας που έχει μεγάλο μέρος των δραστηριοτήτων του στην παροχή υπηρεσιών. Οι αρχές του Μάρκετινγκ υπηρεσιών βοηθούν στην παροχή επαγγελματικών υπηρεσιών ομορφιάς. Οι υπηρεσίες έχουν έναν κύκλο ζωής που καθορίζει την προώθησή τους στην αγορά. Το μίγμα μάρκετινγκ των υπηρεσιών ομορφιάς κάνει αντιληπτή την σημασία του ανθρώπινου παράγοντα, του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο παρέχονται οι υπηρεσίες και της διαδικασίας που τηρείται. Η χαρτογράφηση της διαδικασίας των υπηρεσιών κάνει αντιληπτό τον ρόλο του κάθε ένα που παρέχει υπηρεσίες ομορφιάς.

Διδακτική Ενότητα 4: Ηλεκτρονική και Ψηφιακή Παρουσία των Επιχειρήσεων Ομορφιάς

Στις προηγούμενες ενότητες εξετάστηκαν η ιστορία της ομορφιάς και το μίγμα του Μάρκετινγκ για τα υλικά αγαθά και τις υπηρεσίες ομορφιάς. Η ιστορία της ομορφιάς σήμερα αλλάζει, κυρίως μέσω της ψηφιακής εποχής και των ηλεκτρονικών μέσων που είναι διαθέσιμα. Έτσι το Μάρκετινγκ των υλικών και άυλων αγαθών της ομορφιάς πρέπει να εμπλουτισθεί με τα νέα δεδομένα της προβολής, της προώθησης, της πώλησης και της επικοινωνίας μέσω των ιστοσελίδων, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, των e-mails και των ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων. Η νέα εποχή δίνει ευκαιρίες στους εργαζόμενους να αναδείξουν το ταλέντο τους στην ομορφιά, εφόσον η ειδικότητά τους, η δημιουργικότητά τους, η καινοτομία και η διαφορετικότητά τους μπορούν να γίνουν γνωστές σε ένα ευρύ κοινό που διαφορετικά δεν θα ήταν προσεγγίσιμο.

Πωλήσεις Προϊόντων και Υπηρεσιών Ομορφιάς

Διδακτική Ενότητα 1: Επικοινωνία με τον Πελάτη

Στις προηγούμενες ενότητες έχουν αναπτυχθεί οι αρχές και το μίγμα του μάρκετινγκ της ομορφιάς. Σε αυτήν την ενότητα εξετάζεται η επικοινωνία με τον πελάτη, οι πωλήσεις, η διαχείριση των παραπόνων του και η σημασία της παρουσίας και της τοποθέτησης των προϊόντων. Η σχέση που αναπτύσσεται με τον πελάτη της ομορφιάς, είτε ψηφιακά, είτε τηλεφωνικά είτε πρόσωπο με πρόσωπο αποτελεί την βάση για την αποτελεσματική προώθηση και πώληση των προϊόντων και των υπηρεσιών ομορφιάς. Η αντίληψη των κανόνων της επικοινωνίας και η τήρησή τους κάνει αποτελεσματικότερη την επικοινωνία. Η «ομορφιά» με την δυνατότητα διέγερσης των αισθήσεων του πελάτη που διαθέτει

διευκολύνεται στην επικοινωνία των ωφελημάτων που ο πελάτης θα αποκτήσει από την κατανάλωσή της.

Διδακτική Ενότητα 2: Τεχνικές των Πωλήσεων

Μέσω των πωλήσεων η επιχείρηση προσφέρει τα αγαθά της στους πελάτες της, κάνει δυνατή την παρουσία της στην αγορά και αποκτά τους πόρους για την συνέχιση και την πρόοδο των εργασιών της. Οι πωλήσεις των προϊόντων και υπηρεσιών ομορφιάς έχουν το πλεονέκτημα της δυνατότητας δοκιμής τους και αντίληψής τους μέσω των αισθήσεων του πελάτη. Αυτό τις κάνει ευκολότερες στην επικοινωνία. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες ομορφιάς απευθύνονται στις προσωπικές, κοινωνικές και ψυχολογικές ανάγκες του πελάτη και έχουν ιδιαιτερότητες όσον αφορά την παρουσίαση, την προώθηση και πώλησή τους. Η επαφή του πωλητή με τον πελάτη, ο τρόπος επικοινωνίας τους και η σχέση που κτίζεται είναι σημαντικοί παράγοντες για την πώληση. Ο πωλητής της ομορφιάς δεν πρέπει να πουλά, πρέπει να κάνει τον πελάτη να αγοράσει με στόχο να βελτιώσει την ποιότητα της καθημερινής του ζωής και να αναβαθμίσει την εμφάνισή του.

Διδακτική Ενότητα 3: Παράπονα - Αντιρρήσεις

Τα παράπονα και οι αντιρρήσεις των πελατών είναι σημαντικό κομμάτι στην επαφή ανάμεσα στον εργαζόμενο στην επιχείρηση της ομορφιάς και τον πελάτη. Τα παράπονα εάν διαχειρισθούν σωστά μπορούν να γίνουν η αφορμή για το κτίσιμο μακροχρόνιας και σταθερής σχέσης με τον πελάτη. Οι αντιρρήσεις των πελατών πρέπει να ειπωθούν σαν πρώτη ένδειξη αγοράς τους. Τα παράπονα και οι αντιρρήσεις των πελατών είναι δώρα για την επιχείρηση και τον εργαζόμενο, γιατί συντελούν στην βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και στην δημιουργία νέων προϊόντων. Ο πελάτης θα νιώσει ότι η επιχείρηση του φέρεται δίκαια και δείχνει ενδιαφέρον εάν ο εργαζόμενος διαχειρισθεί τα παράπονα του και λύσει τις απορίες και τις αντιρρήσεις του προσωπικά. Έτσι θα γίνει «οπαδός» της και θα συζητά θετικά για αυτήν, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της στους άλλους, κάτι που είναι απαραίτητο για τις επιχειρήσεις στον κλάδο της ομορφιάς.

Διδακτική Ενότητα 4: Merchandising

Ο σκοπός της ενότητας είναι να αναδείξει τον ρόλο που διαδραματίζει ο χώρος όπου παρέχονται οι υπηρεσίες και τα προϊόντα ομορφιάς για την ικανοποίηση του πελάτη. Η εξωτερική εμφάνιση του καταστήματος παρακινεί για την είσοδό του και η διάταξη εντός

καθορίζει την ευχάριστη παραμονή του. Η καθαριότητα, η συμμετρία, ο χρωματικός συνδυασμός, το στυλ, ο τρόπος έκθεσης που επιλέγεται καθορίζει την εικόνα της εταιρίας για τους πελάτες. Το merchandising είναι απαραίτητο για την ανάπτυξη της σύγχρονης επιχείρησης ομορφιάς. Μέσα από τις επιτυχημένες τεχνικές merchandising αποκτά ο πελάτης την εμπειρία του με το προϊόν και την υπηρεσία. Ταυτόχρονα η επιχείρηση διαφοροποιεί την θέση της στην αγορά, επικοινωνώντας άμεσα την αισθητική, την έμπνευση και την δημιουργικότητά της.

Παροχή Υπηρεσιών Ομορφιάς

Διδακτική Ενότητα 1: Ιδιαίτερα Χαρακτηριστικά Υπηρεσιών Ομορφιάς

Οι υπηρεσίες της ομορφιάς λόγω της φύσης τους και της πελατειακής τους βάσης λειτουργούν κάτω από δικές τους συνθήκες. Η αγορά της ομορφιάς είναι προσανατολισμένη στις αισθήσεις του πελάτη, την καλή του κατάσταση και στην ικανοποίηση των συναισθηματικών του αναγκών. Λόγω αυτών των συνθηκών οι εργαζόμενοι στις υπηρεσίες της ομορφιάς πρέπει να είναι εξοπλισμένοι με καλή γνώση των αρχών της σωστής εξυπηρέτησης καθώς και με πρόσθετες ικανότητες που αφορούν τον δικό τους τομέα. Η καλή παροχή υπηρεσιών είναι προϋπόθεση για την ικανοποίηση του πελάτη της επιχείρησης της ομορφιάς. Στην ομορφιά το μάρκετινγκ, οι πωλήσεις και η εξυπηρέτηση του πελάτη συναντώνται με ένα κοινό σκοπό: την παροχή επώνυμων υπηρεσιών, με αξία στους πελάτες.

Διδακτική Ενότητα 2: Πριν την Εξυπηρέτηση του Πελάτη

Πριν την άφιξη του πελάτη ο εργαζόμενος πρέπει να είναι προετοιμασμένος και ενημερωμένος σε βάθος για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της εταιρίας του. Ο προγραμματισμός μαζί με την κατάλληλη ένδυση και εμφάνιση συντελούν στην προετοιμασία για την καλή υποδοχή του πελάτη. Λεπτομέρειες, όπως η διάρκεια που θα έχει η παροχή της υπηρεσίας, το ύφος και ο ρυθμός της πρέπει να έχουν μελετηθεί. Τα στοιχεία του πελάτη που έχουν συλλεχθεί ανανεώνονται και γίνονται πολύτιμα όταν μετατρέπονται σε πληροφορίες για αυτόν. Το κλείσιμο ραντεβού που έχει προηγηθεί συντελεί στην απρόσκοπτη έναρξη της συνεργασίας. Η θετική υποδοχή είναι η ευκαιρία για θετική έναρξη της συνεργασίας. Η αναμονή του πελάτη είναι μέρος της υπηρεσίας που λαμβάνει και πρέπει να είναι προσεγμένη και πρωτότυπη.

Διδακτική Ενότητα 3: Κατά την Εξυπηρέτηση του Πελάτη

Στον τομέα της ομορφιάς, οι πελάτες έχουν προσδοκίες τις οποίες ο εργαζόμενος πρέπει να υπερβεί. Για να επιτευχθεί αυτό πρέπει να υπάρχουν βήματα και να παρέχεται σταθερή υπηρεσία με τον κατάλληλο ρυθμό. Η επαφή με τον πελάτη προϋποθέτει ολοκληρωμένη αντίληψη της υπηρεσίας εκ μέρους του εργαζόμενου. Σε αυτό βοηθά η χρήση θετικών λέξεων και η αποφυγή ξύλινης γλώσσας και ξενόγλωσσων εκφράσεων. Επίσης χρειάζεται ενημέρωση του εργαζόμενου, προσπάθεια για ανάπτυξη σχέσεων γνώσης με τον πελάτη και προσωποποίηση της σχέσης μαζί του. Όσον αφορά αυτή καθ'αυτή την παροχή της υπηρεσίας η διαδικασία σε σχέση με το αποτέλεσμα, η διάδραση με τους πελάτες, η συμμετοχή του πελάτη στην παροχή της υπηρεσίας καθώς και η ονομαστική προσέγγιση μπορούν να κάνουν την εξυπηρέτηση του πρωτότυπη, ώστε να καταγραφεί στον νου του σαν έναν ξεχωριστό γεγονός.

Διδακτική Ενότητα 4: Μετά την Εξυπηρέτηση του Πελάτη

Αυτή η διδακτική ενότητα αναφέρεται στο τελευταίο στάδιο της επαφής με τον πελάτη και αναδεικνύει την σημαντικότητα της σχέσης μαζί του μετά την εξυπηρέτηση. Η προστιθέμενη αξία στη παροχή υπηρεσίας έχει σαν αποτέλεσμα να νιώσει ο πελάτης ότι αξίζει αυτό που πληρώνει. Η ανταμοιβή του πελάτη για την συνεργασία και ο έπαινος για την επιλογή του είναι απαραίτητες. Επίσης πρέπει να επιδιώκεται η ανάδραση από τον πελάτη, που βοηθά στην πρόοδο της επιχείρησης και του εργαζόμενου, γιατί δίνει ιδέες για βελτίωση. Τέλος, ο αποχαιρετισμός είναι η ευκαιρία για την προετοιμασία της επόμενης συνάντησης. Η επαφή με τον πελάτη, μετά την εξυπηρέτηση, συντελεί στο «κτίσιμο» της σχέσης, στην αύξηση της πιστότητάς του και βοηθά στην καθιέρωση της επιχείρησης και του εργαζόμενου.

Μάθημα 4ο: Η Επιτυχημένη Επιχειρηματικότητα

Διδακτική Ενότητα 1: Επιχειρηματική Βιωσιμότητα

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα αναλυθούν το επιχειρηματικό σχέδιο και τα στοιχεία που περιλαμβάνει. Στη συνέχεια θα εξεταστούν η επιλογή των στόχων της επιχείρησης και η απεικόνισή τους στο επιχειρηματικό σχέδιο. Αμέσως μετά θα παρουσιαστούν οι μορφές και η διάρθρωση του επιχειρηματικού σχεδίου, και θα αναλυθούν τα επιμέρους τμήματά του. Τέλος, θα δοθεί η σύνδεση της επιχειρηματικής βιωσιμότητας με το επιχειρηματικό σχέδιο.

Διδακτική Ενότητα 2: Επιχειρηματικές Δυσκολίες και Επιχειρηματική Αποτυχία

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα επικεντρωθούμε αρχικά στη βιβλιογραφική αναφορά σχετικά με τη διάκριση των μορφών της επιχειρηματικής αποτυχίας, καθώς και στην επεξήγηση της έννοιας της πτώχευσης μιας εταιρίας. Επιπλέον, θα αναλύσουμε την αντιμετώπιση αποτυχημένων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε περιόδους οικονομικής ύφεσης. Τέλος, θα παραθέσουμε υποδείγματα αντιμετώπισης πτωχευμένων εταιριών και μελέτες περίπτωσης συγκεκριμένων επιχειρήσεων που οδηγήθηκαν σε πτώχευση και δεν μπόρεσαν να επανέλθουν, αλλά και επιχειρήσεων που οδηγήθηκαν σε επιχειρηματική αποτυχία, αλλά κατάφεραν να επανακάμψουν και να επιστρέψουν στο δρόμο των επιχειρηματικών επιτυχιών. Επίσης, θα αναλυθούν οι λόγοι τόσο στις περιπτώσεις της αποτυχίας όσο και σε αυτές της επανένταξης στο επιχειρηματικό γίγνεσθαι.

Διδακτική Ενότητα 3: Η Επιτυχημένη Επιχειρηματικότητα

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα θα αναπτυχθεί η έννοια, η σημασία και ο ρόλος της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας, μέσα στο πλαίσιο της ανταγωνιστικής λειτουργίας των επιχειρήσεων. Θα παρουσιαστούν βασικά χαρακτηριστικά της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας και θα αναλυθεί ο ρόλος της ηγεσίας και του ηγέτη. Ακολούθως, θα εξεταστεί η ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Πολύ σημαντική στην ανάλυση είναι η στρατηγική της μακροχρόνιας ανάπτυξης της επιχείρησης που ακολουθεί, ενώ το κεφάλαιο κλείνει με την παρουσίαση επιχειρήσεων, από τον ελληνικό και διεθνή επιχειρηματικό κόσμο, που έχουν καταφέρει να επιτύχουν στον τομέα δραστηριοποίησής τους.

Διδακτική Ενότητα 4: Διοίκηση και Διαχείριση Ανθρωπίνων Πόρων της Επιχείρησης

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα, θα αναλυθεί η έννοια και το περιεχόμενο της διοίκησης των ανθρωπίνων πόρων, η σημασία της στη λειτουργία της επιχείρησης, καθώς και η αξιοποίησή της προς όφελος του κοινωνικού συνόλου. Οι έννοιες της δια βίου μάθησης και της εργασιακής επιμόρφωσης αποτελούν ιδιαίτερο τμήμα του παρόντος κεφαλαίου, ενώ παρατίθενται συγκριτικά στοιχεία που αφορούν τόσο την ελληνική πραγματικότητα όσο και το εξωτερικό. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στην αποτελεσματική επικοινωνία μέσα στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς, αλλά και στους τρόπους με τους οποίους προχωρούν στην αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού οι πρωτοπόρες επιχειρήσεις. Τέλος,

παρουσιάζονται επιχειρήσεις που έχουν λάβει βραβεία ως προς την εταιρική κοινωνική τους ευθύνη, καθώς και ως προς το εργασιακό τους περιβάλλον.

Διδακτική Ενότητα 5: Προώθηση Πωλήσεων και Τιμολόγηση

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να παρουσιάσει ορισμένες βασικές πτυχές της επιστήμης του marketing (mkg). Γι' αυτόν το λόγο, αρχικά αναλύεται η χρησιμότητά της και η έννοια του σχεδίου marketing, ενώ στη συνέχεια παρουσιάζεται αναλυτικά η έννοια του μείγματος marketing. Τέλος αναλύεται η σπουδαιότητα της σύνταξης του σχεδίου μάρκετινγκ, αναλύονται τα περιεχόμενά του και γίνεται αναφορά στην εκπόνηση του.