
**TELEMARKETING:
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ**

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 <<**Telemarketing: Αποτελεσματικές Πωλήσεις και Εξυπηρέτηση Πελατών**>>.

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: **«Telemarketing : Αποτελεσματικές Πωλήσεις και Εξυπηρέτηση Πελατών»**, 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

Σκοπός του προγράμματος είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/ες στην κουλτούρα της συνεχούς επαγγελματικής ανάπτυξης, προκειμένου να είναι σε θέση να διεκδικήσουν, να διατηρήσουν και να αναβαθμίσουν τη θέση Τηλεπωλητή στο σύγχρονο εργασιακό περιβάλλον, που χαρακτηρίζεται από συνεχείς και απρόβλεπτες αλλαγές. Δίνεται έμφαση στην ενδυνάμωση των επικοινωνιακών του ικανοτήτων και ενίσχυση της ικανότητας δημιουργίας ενός κλίματος εμπιστοσύνης με τους πελάτες. Επιπλέον οι ωφελούμενοι θα έρθουν σε επαφή με σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων, σημαντικές τόσο για τους νέους επαγγελματίες όσο και για αναβάθμιση γνώσεων των περισσότερο έμπειρων, ενώ θα αναλυθούν οι πρόσφατες εξελίξεις ως προς το Marketing ώστε να μπορούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες να σχεδιάζουν και να εκτελούν εξειδικευμένες και στοχευμένες στρατηγικές πωλήσεων. Επιπλέον, επιδίωξη του προγράμματος είναι η ανάπτυξη των πράσινων και ψηφιακών δεξιοτήτων των συμμετεχόντων/-ουσών προκειμένου να μπορούν να ανταποκριθούν πλήρως στις σύγχρονες απαιτήσεις του κλάδου υπό τις συνθήκες που έχουν διαμορφώσει η τροποποίηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, οι παγκόσμιες πολιτικο-οικονομικές μεταβολές και η κλιματική αλλαγή.

Πιο συγκεκριμένα, οι ωφελούμενοι του προγράμματος θα εστιάσουν σε βασικές έννοιες όπως επιχειρηματικότητα, Marketing, διαχείριση δεδομένων, επικοινωνία με πελάτες όπως αυτές έχουν διαμορφωθεί με τα νέα δεδομένα των τελευταίων ετών στη παγκόσμια αγορά. Το πρόγραμμα εξυπηρετεί την αποτελεσματική επικοινωνία με πελάτες σε συγκεκριμένο χρόνο, τη διαχείριση πληροφοριών σε όλα τα στάδια της πώλησης και την αντιμετώπιση προκλήσεων (παράπονα, ιδιαιτερότητες προϊόντων κτλ.) στο χώρο των πωλήσεων. Ταυτόχρονα, ο ωφελούμενος αναπτύσσει δημιουργικό και κριτικό τρόπο σκέψης, καθώς εκτίθεται σε ρεαλιστικά παραδείγματα από το χώρο των τήλε-πωλήσεων. Ο ρόλος της μαθηματικής σκέψης και της επιχειρηματικής λογικής στην καθημερινή ζωή είναι επίσης σημαντικά στοιχεία του προγράμματος, που ενισχύουν τη ρητορική των πωλήσεων. Παράλληλα ο ωφελούμενος, εκπαιδεύεται στο να σχεδιάζει και να εκτελεί στοχευμένες στρατηγικές μάρκετινγκ, προσαρμοσμένες στην ψηφιακή εποχή, με τα νέα καταναλωτικά δεδομένα και περιβαλλοντικά πρότυπα. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι/ες θα αποκτήσουν τα κατάλληλα ερεθίσματα, ώστε να συνεχίσουν και μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος να αναζητούν τρόπους συνεχούς επαγγελματικής και προσωπικής ενδυνάμωσης και βελτίωσης των δεξιοτήτων τους.

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 που θέλουν να επιμορφωθούν σε θέματα απομακρυσμένης πώλησης

Ειδικότερα το πρόγραμμα απευθύνεται σε:

- ▶ στελέχη οργανισμών και επιχειρήσεων που ασχολούνται με τις πωλήσεις, σε οποιοδήποτε στάδιο σχεδιασμού στρατηγικής ή υλοποίησης πωλήσεων.

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

- ▶ Βασική γνώση της αγγλικής γλώσσας

5. ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΞΑΓΩΓΗΣ 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 συγκεντρώνει 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 τηλεφωνικά 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 7 **θεματικές ενότητες (μαθήματα)**.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Μάθημα 1 - **Η Επιχειρηματικότητα στον σύγχρονο και μεταβαλλόμενο κόσμο**

Διδακτική Ενότητα 1: Η επιχειρηματικότητα

Στην Ενότητα αναλύεται η έννοια της επιχειρηματικότητας και περιγράφεται η εξέλιξή της στο βάθος του χρόνου, με έμφαση στη σημερινή εποχή και στις απαιτήσεις της νέα κατάσταση. Επίσης, αναφέρονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της επιχειρηματικότητας στην καθημερινή ζωή και πως αυτά επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά του κοινού.

Διδακτική Ενότητα 2: Η Νέα κοινωνική και οικονομική πραγματικότητα: Εξελίξεις του μέλλοντος

Στην Ενότητα αναλύεται η νέα κοινωνική και οικονομική πραγματικότητα, όπως αυτή έχει δημιουργηθεί μετά τις εξελίξεις σε θέματα υγείας, εμπορίου, οικονομίας, τρόπο διαβίωσης και εργασίας σε παγκόσμιο επίπεδο και θνησιμότητα. Επίσης, καταγράφονται οι βασικές μακροοικονομικές τάσεις που αναμένεται να διαμορφώσουν το μέλλον και πιθανότατα να επηρεάσουν τον χώρο των πωλήσεων.

Διδακτική Ενότητα 3: 4η Βιομηχανική επανάσταση και επιχειρηματικότητα

Στην Ενότητα διακρίνονται οι βασικές τομές στην τεχνολογική αλλαγή που επιφέρει η 4η βιομηχανική επανάσταση, πως διαφοροποιούνται τα εργαλεία και οι τεχνικές της πώλησης λόγω νέων τεχνολογιών, εφαρμογών και λογισμικών. Ταυτόχρονα εξετάζεται η επίδραση αυτών στην επιχειρηματικότητα.

Διδακτική Ενότητα 4: . Επιχειρηματικότητα σε περιβάλλον αβεβαιότητας

Στην Ενότητα εξετάζεται η πηγή της επιχειρηματικής αβεβαιότητας, όπως αυτή αναδύεται στο σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον της πώλησης. Παράλληλα καταγράφονται οι παράγοντες που την επηρεάζουν και οι τρόποι αντιμετώπισής της. Παράλληλα εξετάζονται τα απαιτούμενα χαρακτηριστικά ενός τήλε-πωλητή στις σύγχρονες επιχειρηματικές συνθήκες.

Μάθημα 2 - Τεχνικές πωλήσεων

Διδακτική Ενότητα 1: Τεχνικές Πωλήσεων

Στην Ενότητα δίνονται εργαλεία και τεχνικές ώστε οι τηλε-πωλητές να εκτιμούν και να αξιοποιούν τους τρόπους εκείνους που θα τους βοηθήσουν να επεκτείνουν την πελατειακή τους βάση, με κάθε πιθανό τρόπο.

Διδακτική Ενότητα 2: Μάρκετινγκ για Πωλητές.

Στην Ενότητα δίνονται τεχνικές που υποστηρίζουν την ανάπτυξη κλίματος εμπιστοσύνης μεταξύ πωλητή και πελατών καθώς και τα βήματα που ακολουθούνται σε μια επαγγελματική πώληση. Ταυτόχρονα, παρουσιάζονται μέθοδοι με τους οποίους ο πωλητής εντοπίζει τις ανάγκες του πελάτη και των αναγκών του πελάτη και , με σκοπό την κάλυψη των αναγκών αυτών. Επίσης, οι ωφελούμενοι εκπαιδεύονται στο πως να παρουσιάζουν στον πελάτη τα χαρακτηριστικά και τα οφέλη του προϊόντος ή της υπηρεσίας του/της.

Διδακτική Ενότητα 3: Παράπονα/ Αντιρρήσεις και διαχείρισή τους

Στην Ενότητα παρουσιάζονται τρόποι διαχείρισης των αντιρρήσεων και παραπόνων του πελάτη έτσι ώστε να αποβαίνουν προς όφελός του πωλητή. Ταυτόχρονα μαθαίνει πως να αναλύει και να διαχειρίζεται τον ανταγωνισμό του έτσι ώστε να βρίσκει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των προϊόντων-υπηρεσιών του/της. Τέλος, μαθαίνει να αντιμετωπίζει τον πελάτη σαν συνεργάτη, με στόχο την ικανοποίησή του και την μακροχρόνια θετική και αμοιβαία επωφελή συνέργεια.

Μάθημα 3- Δεξιότητες και Ικανότητες για Τηλεπωλητές

Διδακτική Ενότητα 1: Αρχές και τεχνικές πειθούς

Στην Ενότητα παρουσιάζονται οι βασικές αρχές της πειθούς στην ανθρώπινη επικοινωνία και παράλληλα δίνονται τεχνικές πειθούς που μπορούν να φέρουν το επιθυμητό αποτέλεσμα στον χώρο των πωλήσεων και ιδιαίτερα στις τηλεφωνικές πωλήσεις.

Διδακτική Ενότητα 2: Κριτική σκέψη και σημασία της στις σύγχρονες επαγγελματικές συνθήκες

Η Ενότητα εστιάζει στη σημασία της δημιουργικής σκέψης καθώς και στις ικανότητες που απαιτούνται για τη δημιουργική σκέψη. Με την αναγνώριση και ανάπτυξη συγκεκριμένων ικανοτήτων, προωθείται η δημιουργική σκέψη που υποστηρίζει την εργασία στο πεδίο του τηλεμάρκετινγκ στον χώρο του. Τέλος, δίνονται εργαλεία ώστε ο πωλητής να ανακαλεί τις κατάλληλες πληροφορίες, μεθόδους και πρακτικές και να τις συνθέτει ώστε να αναπτύσσει κριτική σκέψη.

Διδακτική Ενότητα 3: Η μαθηματική σκέψη και ο επαγωγικός Συλλογισμός στην επαγγελματική δραστηριότητα και τις πωλήσεις

Στην Ενότητα δίνεται η σημασία των οικονομικών δεικτών στην επιχειρηματική δραστηριότητα και ο ρόλος των μαθηματικών στη λήψη αποφάσεων και τη λύση προβλημάτων. Υποστηρίζεται η διεπιστημονικότητα των μαθηματικών και η εφαρμογή τους στην καθημερινή ζωή, τόσο στην ανάπτυξη μαθηματικής σκέψης και δημιουργικότητας, όσο και δίνοντας παραδείγματα μαθηματικής λογικής στην επιχειρηματική σκέψη του τηλεπωλητή.

Διδακτική Ενότητα 4 : Επικοινωνιακές ικανότητες για Telemarketers

Στην Ενότητα παρουσιάζονται τα δομικά στοιχεία των επικοινωνιακών ικανοτήτων και ποια είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για τους Telemarketers ώστε να επιτύχουν τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Μάθημα 4- Σύγχρονες Προσεγγίσεις στο Επάγγελμα του Πωλητή στο Πλαίσιο της Τέταρτης Βιομηχανικής Επανάστασης

Διδακτική Ενότητα 1: Ανθρώπινος παράγοντας στη σύγχρονη τεχνολογική εποχή

Στόχος της ενότητας είναι να εξετάσει και να αναλύσει τη θέση του ανθρώπου στη σύγχρονη κοινωνία της τεχνολογίας. Ειδικότερα, στην παρούσα ενότητα θα διερευνηθεί με ποιους τρόπους και σε τι ποσοστό ο άνθρωπος επηρεάζει τις εξελίξεις στην Τέταρτη Βιομηχανική Επανάσταση. Επίσης, θα δοθεί έμφαση στον ανταγωνισμό και τις σχέσεις ανθρώπων και μηχανών που ενσωματώνουν στοιχεία τεχνητής νοημοσύνης.

Διδακτική Ενότητα 2: Ψηφιακό Marketing και η 4η Βιομηχανική επανάσταση

Η συγκεκριμένη ενότητα θα αναλύσει τις μεγάλες αλλαγές που έχει επιφέρει η Τέταρτη Βιομηχανική Επανάσταση (4IR) στο marketing προσδίδοντάς του την ιδιότητα «ψηφιακό». Η ενότητα θα εξετάσει τα ψηφιακά εργαλεία προερχόμενα ως προϊόντα της 4IR και τον τρόπο που αυτά άλλαξαν την οργάνωση, τη δομή και τους στόχους του marketing. Επίσης, η ενότητα θα επανατοποθετήσει στο κάδρο του Marketing το επάγγελμα του πωλητή καθώς και τις υπηρεσίες σε σχέση με την υποστήριξη και την εξυπηρέτηση πελατών.

Διδακτική Ενότητα 3: Big Data analytics και πωλήσεις

Η ενότητα θα εξετάσει την τεράστια επίδραση που έχουν τα Big Data στις πωλήσεις μιας εταιρείας. Η ενότητα αποτελεί μία έρευνα σε σχέση με τις μελέτες που έχουν γίνει και αφορούν στην αύξηση των πωλήσεων.

Επίσης, στην παρούσα ενότητα θα αναλυθούν οι τρόποι εκμετάλλευσης των Big Data, έτσι ώστε οι υποψήφιοι πελάτες αρχικά να κατηγοριοποιηθούν και έπειτα να γίνει στοχευμένο marketing για τον κάθε υποψήφιο πελάτη ξεχωριστά.

Διδακτική Ενότητα 4 : Διαχείριση Δεδομένων

Η ενότητα θα αναδείξει το μεγάλο πρόβλημα της διαχείρισης ενός ετήσιου τεράστιου όγκου δεδομένων, ο οποίος αυξάνεται καθημερινά. Η ενότητα αυτή θα κάνει αναφορές στην αξιολόγηση των δεδομένων και στην αυτόματη απόρριψη των δεδομένων που δεν χρειάζονται. Επίσης, θα αναδειχθεί το πόσο σημαντικό είναι να φτάνει σωστή και περιεκτική πληροφορία στον κατάλληλο πωλητή.

Διδακτική Ενότητα 5: E-commerce (Ηλεκτρονικό Εμπόριο)

Η ενότητα θα περιγράψει την καθιέρωση του E-commerce στο Marketing και τον ανταγωνισμό του με το εμπόριο, όπως το ξέραμε τις προηγούμενες δεκαετίες. Συγκεκριμένα, η ενότητα θα αναλύσει και θα περιγράψει κάθε πτυχή του ηλεκτρονικού εμπορίου. Στη συνέχεια, θα αναδείξει τα πλεονεκτήματα καθώς και τους κινδύνους των εταιρειών από το ηλεκτρονικό εμπόριο. Τέλος, θα περιγραφεί ο ρόλος του ψηφιακού πωλητή και πως μπορεί να συνδυαστεί με τον φυσικό πωλητή έτσι ώστε να επιτυγχάνονται περισσότερες πωλήσεις.

Διδακτική Ενότητα 6: ERP (Enterprise Resource Planning System: Σύστημα Ενδοεπιχειρησιακού σχεδιασμού)

Στην ενότητα αυτή θα γίνει περιγραφή του Enterprise Resource Planning System. Συγκεκριμένα, σε αυτή την ενότητα θα περιγραφεί η δομή και οι λειτουργίες ενός ERP συστήματος καθώς και της ενιαίας Βάσης Δεδομένων με την οποία το ERP είναι συνδεδεμένο.

Διδακτική Ενότητα 7: Software προσομοίωσης εργασιακού χώρου για καθεστώς τηλεργασίας

Σε αυτή την ενότητα θα αναδειχθούν τα σύγχρονα εργαλεία που προσφέρουν έναν εικονικό διάκοσμο, δίνοντας την αίσθηση στους πωλητές και τα στελέχη μιας επιχείρησης ότι δουλεύουν στον ίδιο εργασιακό χώρο ακόμη και αν διαμένουν σε διαφορετικές χώρες.

Μάθημα 5 - Περιβαλλοντικές Προκλήσεις στο Πεδίο της Πώλησης

Διδακτική Ενότητα 1: Περιβαλλοντικά πρότυπα για προϊόντα και διαδικασίες φιλικά στο περιβάλλον

Η συγκεκριμένη ενότητα θα παρουσιάσει τι είναι περιβαλλοντικό πρότυπο και τι σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης και την ανάπτυξή του σ' έναν φορέα. Επίσης αναλύεται τι είναι τα Φιλικά στο Περιβάλλον Προϊόντα και Εμπορεύματα (πράσινα προϊόντα), ποια είναι τα οφέλη και οι προκλήσεις τους και πώς μπορεί κάποιος να δημιουργήσει τέτοια προϊόντα. Τέλος, αναφέρονται τα χαρακτηριστικά των οικολογικών σημάτων και γίνεται ανάλυση όσων κυκλοφορούν στη διεθνή και εγχώρια αγορά.

Διδακτική Ενότητα 2: Η σημασία της Περιβαλλοντικής ενημερότητας στον 21ο αιώνα

Η συγκεκριμένη ενότητα θα παρουσιάσει τις αρχές της περιβαλλοντικής ενημερότητας ή ευαισθητοποίησης, την έννοια της περιβαλλοντικής ενημερότητας ή ευαισθητοποίησης και τις επιπτώσεις της περιβαλλοντικής αλλαγής. Επίσης αναλύεται η έννοια της αποδοτικότητας των πόρων ενώ δίνονται πρακτικοί τρόποι μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Διδακτική Ενότητα 3: Οικοφιλικές διεργασίες και Telemarketing

Η συγκεκριμένη ενότητα παρουσιάζει τι είναι το Πράσινο Μάρκετινγκ, πώς προωθούνται τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα, ενώ παράλληλα ο ωφελούμενος ενημερώνεται σχετικά με τη διαχείριση πρακτικών του τηλεμάρκετινγκ σύμφωνα με τις αρχές της αειφορίας.

Διδακτική Ενότητα 4 : Ο ρόλος του τηλεμάρκετινγκ στην περιβαλλοντική πρόκληση

Η συγκεκριμένη ενότητα αναλύει πως εφαρμόζεται η έννοια της βιωσιμότητας στο τηλεμάρκετινγκ και κατά πόσον η γενική θεωρία των βιώσιμων οικονομικών μπορεί να εφαρμοστεί στη συμπεριφορά των καταναλωτών ως απάντηση στο τηλεμάρκετινγκ.

Μάθημα 6 - Οι Βασικές Γνώσεις του Πωλητή: Σύγχρονες Προσεγγίσεις

Διδακτική Ενότητα 1: Πωλήσεις και Marketing για Telemarketers

Στην Ενότητα δίνονται αρχές των πωλήσεων και του Marketing, καθώς και πως αυτές υποστηρίζουν τις Τηλεπωλήσεις, ειδικά τη νέα ηλεκτρονική εποχή.

Διδακτική Ενότητα 2: Εξυπηρέτηση πελατών και προσωπική επαφή

Στην Ενότητα αναλύεται η σημασία της εξυπηρέτησης πελατών, δίνονται συγκεκριμένα βήματα τηλεφωνικών διαλόγων και εργαλεία ώστε ο τηλεπωλητής να παρέχει ποιοτικές, ομοειδείς και σταθερές υπηρεσίες προς τους πελάτες του/της.

Διδακτική Ενότητα 3: Αρχές διοίκησης και management σχετικές με το Telemarketing

Στην Ενότητα γίνεται ανάλυση της έννοιας της διοίκησης και του management και πώς εφαρμόζονται στο telemarketing ενώ παράλληλα παρουσιάζεται ο ρόλος και η σημασία που δίνει η διοίκηση στους “ανθρώπους του τηλεφώνου”, μιας και είναι η πρώτη εικόνα του πελάτη για την επιχείρηση που μπορεί να προδιαγράψει την ποιότητα της συνεργασίας τους.

Διδακτική Ενότητα 4 : Διαχείριση προσωπικού και ανθρώπινων πόρων σχετικών με το Telemarketing

Στην Ενότητα 4 περιγράφονται τρόποι διαχείρισης προσωπικού και ανθρώπινων πόρων σχετικών με το Telemarketing.

Διδακτική Ενότητα 5: Ψυχολογία για στελέχη πωλήσεων

Στην Ενότητα 5 αναλύεται ο τομέας της ψυχολογίας και της συμπεριφοράς στα στελέχη πωλήσεων, η διαχείριση και η στάση του πελάτη απέναντι στην αγορά προϊόντος και οι πρακτικές διαχείρισης “επιθετικών πελατών” και παραπόνων.

Μάθημα 7 - Οι Επαγγελματικές Δραστηριότητες του Telemarketer με Χρήση Εμπειρικών Παραδειγμάτων

Διδακτική Ενότητα 1: Αναλαμβάνοντας την εξωτερική επικοινωνία της εταιρίας στην περίπτωση του Telemarketing: Επαφές με άτομα εκτός οργανισμού

Στην Ενότητα περιγράφονται διαδικασίες επικοινωνίας των τηλε-πωλητών με άτομα εκτός οργανισμού και πως αυτοί διαχειρίζονται την εξωτερική επικοινωνία της εταιρίας. Επίσης, γίνεται ανάλυση του στρατηγικού σχεδιασμού επικοινωνίας, δημοσίων σχέσεων και περιγραφή αποτελεσματικών επικοινωνιακών τακτικών για το telemarketing.

Διδακτική Ενότητα 2: Στελέχωση μονάδων Telemarketing και αξιολόγηση επαφών με υποψήφιους συνεργάτες

Στην Ενότητα γίνεται ανάλυση αποτελεσματικών τρόπων αξιολόγησης υποψήφιων στη στελέχωση μονάδων telemarketing.