
ΠΩΛΗΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ

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 **«Πώληση Διαφημιστικών Υπηρεσιών στην Ψηφιακή Εποχή»**.

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: **«Πώληση Διαφημιστικών Υπηρεσιών στην Ψηφιακή Εποχή»**, 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 η παροχή υψηλού επιπέδου γνώσεων και η ανάπτυξη δεξιοτήτων των επαγγελματιών που δραστηριοποιούνται στην πώληση διαφημιστικών υπηρεσιών στην ψηφιακή εποχή . Επίσης επιδιώκει να καταρτίσει ουσιαστικά, πρακτικά και πολύπλευρα, πωλητές διαφημιστικών υπηρεσιών και εργαλείων, ώστε να μπορούν να είναι *αποτελεσματικοί και επιτυχείς* στο έργο τους στην αγορά εργασίας από την πρώτη κιόλας ημέρα.

Πιο συγκεκριμένα, με την ολοκλήρωση του προγράμματος, οι συμμετέχοντες θα έχουν εκπαιδευτεί:

- Με τις βασικές αρχές των πωλήσεων διαφημιστικών προϊόντων
- Τη χρήση και την αποτελεσματικότητα όλης τη γκάμας των διαφημιστικών υπηρεσιών ώστε να σχεδιάζουν πλήρη και βιώσιμα οικονομικά πλάνα για τους πελάτες τους με ξεκάθαρους στόχους

Ταυτόχρονα, οι συμμετέχοντες ενισχύονται με το πλήρες φάσμα των δεξιοτήτων (skills and competencies), καθώς και τη γνώση των επιχειρησιακών διαδικασιών και εργαλείων που απαιτούνται, ώστε να ανταποκρίνονται στην αποστολή τους.

Τέλος, το πρόγραμμα περιλαμβάνει τις εξής τεχνικές:

- Τεχνικές πωλήσεων, διαπραγμάτευσης και διαχείρισης αιτημάτων και παραπόνων
- Τεχνικές διαχείρισης χρόνου
- Τεχνικές χρήσης σύγχρονων λογισμικών για τη διαχείριση του πελατολογίου

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

Αίτηση συμμετοχής μπορούν να υποβάλλουν:

- Απόφοιτοι Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης με βασικές γνώσεις Αγγλικής γλώσσας και εξοικείωση με τη χρήση Microsoft Office Suite καθώς και zoom, Google meet, teams

- Επαγγελματίες με εξοικείωση σε:
 - ✓ Social Media, Facebook / Instagram, LinkedIn
 - ✓ Google, Google analytics, YouTube

Για την παρακολούθηση του προγράμματος είναι επιθυμητή η γνώση Canva.

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 email
- Βασική γνώση της αγγλικής γλώσσας
- 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. **Ωστόσο η ενότητα του μαθήματος «Αξιολόγηση» διεξάγεται μέσω υποχρεωτικής live streaming συνάντησης, που θα πραγματοποιηθεί σε συγκεκριμένη ημέρα και απογευματινές ώρες.**

Το εκπαιδευτικό υλικό του προγράμματος διατίθεται σταδιακά, 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 5 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 συγκεντρώσε 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 παρεχόμενων 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. LIVE STREAMING

Η σύγχρονη εξ αποστάσεως εκπαίδευση (live streaming) πραγματοποιείται μέσω ειδικά διαμορφωμένης εκπαιδευτικής πλατφόρμας. Οι εκπαιδευόμενοι με τη χρήση προσωπικών κωδικών μπορούν να εισέρχονται και να παρακολουθούν τα δια ζώσης μαθήματα τις μέρες και ώρες που πραγματοποιούνται, εξ αποστάσεως, χωρίς να είναι υποχρεωτική η φυσική παρουσία στην αίθουσα διδασκαλίας. Το Live Streaming παρέχει στους εκπαιδευόμενους τη δυνατότητα να έχουν στον υπολογιστή τους ήχο και εικόνα από την αίθουσα που διεξάγεται το δια ζώσης μάθημα. Μπορούν να υποβάλουν ερωτήσεις στους Εισηγητές είτε φωνητικά, είτε γραπτά (μέσω μηνυμάτων υποστηριζόμενο από το σύστημα).

10. ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΤΑΙ Η ΥΛΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης περιλαμβάνει 8 θεματικές ενότητες (μαθήματα).

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Μάθημα 1 - Η Επιχειρηματικότητα, Marketing και Διαφήμιση στην ψηφιακή εποχή

Διδακτική Ενότητα 1: Επεξήγηση των βασικών όρων του Marketing & της Διαφήμισης

Σκοπός της παρούσας ενότητας είναι να δώσει ορισμούς των βασικών όρων του Marketing και της Διαφήμισης και να κάνει αναδρομή στην ιστορική εξέλιξη τόσο του Marketing όσο και της Διαφήμισης.

Διδακτική Ενότητα 2: Ο ρόλος του Advertising Sales Agent

Η παρούσα ενότητα προσδιορίζει τον ρόλο του πωλητή διαφημιστικών υπηρεσιών και την ιδιαίτερη σημασία και πολυπλοκότητα που έχει αποκτήσει ο ρόλος αυτός στην ψηφιακή εποχή. Περιγράφει αναλυτικά τα καθήκοντα και τις απαιτήσεις του ρόλου. Αναλύει, επίσης διεξοδικά τις απαιτήσεις αναφορικά με τις δεξιότητες, τα προσωπικά χαρακτηριστικά, τις συμπεριφορές και την εξειδικευμένη τεχνογνωσία, που απαιτούνται για να επιτύχει και να διαπρέψει κάποιος σε αυτόν τον ρόλο σήμερα.

Διδακτική Ενότητα 3: Τα παραδοσιακά μέσα Διαφήμισης

Η εν λόγω ενότητα περιγράφει τα κύρια παραδοσιακά μέσα διαφήμισης, καθώς και τον ρόλο, τον στόχο και τη σημασία του καθενός από αυτά στο μίγμα Μάρκετινγκ της επιχειρησιακής στρατηγικής. Αναλύει διεξοδικά την εξέλιξη και τη βαρύτητα του ρόλου κάθε παραδοσιακού μέσου ιστορικά, αλλά /και

ιδιαίτερα στην ψηφιακή εποχή στα πλαίσια της ολιστικής και omni-channel' (πολύ-καναλικής) προσέγγισης.

Διδακτική Ενότητα 4: Ψηφιακή εποχή και νέα μέσα διαφήμισης

Η παρούσα ενότητα αποσκοπεί στο να προτείνει και να εκπαιδεύσει για το αν, πότε, πως και πόσο είναι απαραίτητο να χρησιμοποιούνται τα σύγχρονα μέσα διαφήμισης, στα πλαίσια ενός ολιστικού προγράμματος Μάρκετινγκ, Επικοινωνίας και Προώθησης, με βάση τους επιχειρησιακούς στόχους και σε συνδυασμό, με τα αντίστοιχα παραδοσιακά μέσα.

Μάθημα 2 -Τεχνικές πωλήσεων στην Ψηφιακή εποχή

Διδακτική Ενότητα 1: Τεχνικές Πωλήσεων και η Ψηφιακή Διάσταση των Πωλήσεων

Η ενότητα αναλύει τις τεχνικές πωλήσεων για σύγχρονους πωλητές και προτείνει εργαλεία και μεθόδους με σκοπό την επιτυχή πώληση. Επίσης, στην ενότητα επεξηγούνται οι τρόποι χρήσης των μέσων πωλήσεων και οι δυνατότητες που προσφέρει η ψηφιοποίηση στον σύγχρονο επαγγελματία. Η ενότητα περιλαμβάνει την ανάλυση των μέσων πωλήσεων στην ψηφιακή εποχή και τη μετάβαση από τη δια ζώσης πώληση στα ψηφιακά μέσα, από το τηλέφωνο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Διδακτική Ενότητα 2: Μάρκετινγκ για Πωλητές

Στην ενότητα αναλύονται οι βασικές αρχές του μάρκετινγκ και προσφέρονται εργαλεία για τους υποψήφιους πωλητές με στόχο την καλύτερη δυνατή πώληση.

Διδακτική Ενότητα 3: Παράπονα/ Αντιρρήσεις και διαχείρισή τους

Στην ενότητα αναλύονται οι τρόποι διαχείρισης και οι τεχνικές που ακολουθούνται στις πωλήσεις για την διαχείριση παραπόνων ή/ και αντιρρήσεων πελατών.

Μάθημα 3 - Ο Πελάτης και η Ανάλυση του Ανταγωνισμού

Διδακτική Ενότητα 1: Η Ανάλυση της Αγοράς (Market Analysis)

Η ενότητα αυτή καταδεικνύει τους λόγους για τους οποίους είναι επιτακτική, για την επιτυχία της πώλησης, η ανάγκη ανάλυσης της αγοράς/ων στην/ στις οποίες δραστηριοποιείται ο εκάστοτε πελάτης/ενδιαφερόμενος, και εκπαιδεύει σε βασικές προσεγγίσεις, μεθόδους και πρακτικά tips, ώστε να γίνεται γρήγορα, αλλά ουσιαστικά, διαφωτιστικά, καθοδηγητικά και αποτελεσματικά η ανάλυση αυτή, στην απαρχή κάθε διαδικασίας πώλησης διαφημιστικών υπηρεσιών στην ψηφιακή εποχή.

Διδακτική Ενότητα 2: Ανταγωνισμός

Η συγκεκριμένη ενότητα καταδεικνύει τους λόγους για τους οποίους είναι επιτακτική, για την επιτυχία της πώλησης, η ανάγκη ανάλυσης του ανταγωνισμού (εμφανούς, έμμεσου και αφανούς) της/των αγοράς/ων στην/ στις οποίες δραστηριοποιείται ο εκάστοτε πελάτης/ενδιαφερόμενος, και εκπαιδεύει σε βασικές προσεγγίσεις, μεθόδους και πρακτικά tips, ώστε να γίνεται γρήγορα, αλλά ουσιαστικά, διαφωτιστικά, καθοδηγητικά και αποτελεσματικά η ανάλυση αυτή, στην απαρχή κάθε διαδικασίας πώλησης διαφημιστικών υπηρεσιών στην ψηφιακή εποχή.

Διδακτική Ενότητα 3: Στρατηγική Marketing

Η εν λόγω ενότητα αναλύει τι είναι, και γιατί είναι σημαντικό, στην αρχή κάθε πώλησης διαφημιστικών εργαλείων στην Ψηφιακή εποχή, να οριστεί και να συμφωνηθεί συνολική στρατηγική Marketing. Η ενότητα αποσκοπεί να παρουσιάσει τις βασικές αρχές και τη διαδικασία ανάπτυξης/χάραξης και αποσαφήνισης / ευθυγράμμισης επιτυχημένης και στοχευμένης στρατηγικής Μάρκετινγκ (συνολικά) στην απαρχή της διαδικασίας πώλησης ψηφιακών υπηρεσιών, η οποία και θα καθορίσει σε επόμενο βήμα την αναγκαιότητα/χρησιμότητα όλων των σχετικών ενδεδειγμένων/απαιτούμενων ψηφιακών εργαλείων, προϊόντων και υπηρεσιών.

Διδακτική Ενότητα 4: Στρατηγική Προϊόντος

Στην ενότητα αυτή αναλύεται τι είναι, και γιατί είναι σημαντικό, στην αρχή κάθε πώλησης διαφημιστικών εργαλείων στην ψηφιακή εποχή, να έχει οριστεί σαφής στρατηγική Προϊόντος και προϊόντικού χαρτοφυλακίου. Επίσης, γίνεται αναφορά στις βασικές αρχές και στη διαδικασία ανάπτυξης / χάραξης και αποσαφήνισης/ευθυγράμμισης επιτυχημένης και στοχευμένης στρατηγικής Προϊόντος (και τιμολόγησης) στην απαρχή της διαδικασίας πώλησης ψηφιακών υπηρεσιών, σε διαφορετικές και εναλλακτικές προσεγγίσεις στρατηγικής προϊόντος και τιμολόγησης, και πρακτικά tips και παραδείγματα που διευκολύνουν τη λήψη απόφασης αναφορικά με την προτιμώμενη και ενδεδειγμένη στρατηγική οδό για τον/την εκάστοτε πελάτη/ισσα.

Διδακτική Ενότητα 5: Στρατηγική Διανομής: Distribution Strategy

Στην παρούσα ενότητα αναλύεται τι είναι, και γιατί είναι σημαντικό, στην αρχή κάθε πώλησης διαφημιστικών εργαλείων στην ψηφιακή εποχή, να έχει οριστεί σαφής στρατηγική Διανομής (Distribution Strategy). Ακόμα, η ενότητα στοχεύει στο να παρουσιάσει τις βασικές αρχές και τη διαδικασία ανάπτυξης/χάραξης και αποσαφήνισης/ευθυγράμμισης επιτυχημένης και στοχευμένης στρατηγικής Διανομής, στην απαρχή της διαδικασίας πώλησης ψηφιακών υπηρεσιών, καθώς και σε διαφορετικές και εναλλακτικές προσεγγίσεις στρατηγικής Διανομής και πρακτικά tips και παραδείγματα που διευκολύνουν τη λήψη απόφασης αναφορικά με την προτιμώμενη / ενδεδειγμένη στρατηγική οδό για τον/την εκάστοτε πελάτη/ισσα.

Μάθημα 4 -Στρατηγικός σχεδιασμός προώθησης πωλήσεων

Διδακτική Ενότητα 1: Distribution strategies: τι διαφοροποιεί αυτές τις στρατηγικές από τις εναλλακτικές τους;

Η παρούσα ενότητα περιγράφει αναλυτικά τις διαφορετικές στρατηγικές διανομής, καταδεικνύει τους λόγους για τους οποίους μπορεί η/και πρέπει να επιλέξει κανείς διαφορετικές στρατηγικές διανομής, καθώς και επιπρόσθετα τη διαφοροποίηση μεταξύ 'φυσικών', 'ψηφιακών' και 'υβριδικών' στρατηγικών διανομής, καθώς και πρακτικά tips / checklists και παραδείγματα για την επιλογή βέλτιστης στρατηγικής μεταξύ εναλλακτικών στρατηγικών διανομής, πάντα με βάση και τους επιχειρησιακούς στόχους, καθώς και την ανάλυση αγοράς και του ανταγωνισμού, τη συνολική στρατηγική Μάρκετινγκ και τη Στρατηγική Προϊόντος/Τιμολόγησης.

Διδακτική Ενότητα 2: Physical, e-commerce or both

Στην ενότητα αυτή επιχειρείται η ανάλυση των οφελών της κάθε πρακτικής. Επίσης, αναλύονται τα οφέλη και οι αδυναμίες του κάθε μοντέλου διανομής, και παρέχονται παραδείγματα και πρακτικά tips, ώστε να διευκολυνθεί η απόφαση και ο εστιασμός του πελάτη/ενδιαφερόμενου, με βάση τους επιχειρηματικούς και επιχειρησιακούς στόχους (goals and expectations).

Διδακτική Ενότητα 3: Στρατηγική προώθησης (Promotions Strategy)

Η ενότητα αυτή περιλαμβάνει την ανάλυση μιας Στρατηγικής Προώθησης, καθώς και την παρουσίαση των κύριων σημείων αυτής, ώστε να είναι ολοκληρωμένη και συνεπής. Η ενότητα αποσκοπεί να εστιάσει σε μεθόδους και εναλλακτικές προσεγγίσεις, και δίνει tips, παραδείγματα και templates για τον σχεδιασμό μίας ολοκληρωμένης προωθητικής στρατηγικής, σύμφωνης με τους επιχειρησιακούς στόχους, καθώς και με τη συνολική στρατηγική μάρκετινγκ.

Διδακτική Ενότητα 4: Διαμόρφωση Financial Plan

Η συγκεκριμένη ενότητα καταδεικνύει τη σημασία διαμόρφωσης ενός σαφούς οικονομικού πλάνου, καθώς και τη σημασία διαμόρφωσης εναλλακτικών σεναρίων (κόστος/όφελος), με βάση τις συμφωνημένες στρατηγικές (Marketing συνολικά, Προϊόντος/Τιμολόγησης, Διανομής και Προώθησης). Με τον τρόπο αυτό μπορεί να πάρει σάρκα και οστά ο όλος σχεδιασμός, και να ευθυγραμμιστεί με τον/τους ενδιαφερόμενο/ους – πελάτη(ες) από πλευράς expectations, πριν τη λήψη των τελικών αποφάσεων και της εκκίνησης της διαδικασίας υλοποίησης.

Διδακτική Ενότητα 5: Outlines financial projections

Η ενότητα αυτή καταδεικνύει τη σημασία καθορισμού βασικών δεικτών απόδοσης (KPIs / ROI), με βάση τις συμφωνημένες στρατηγικές (Marketing συνολικά, Προϊόντος/Τιμολόγησης, Διανομής και Προώθησης), ώστε να είναι σαφές και προσυμφωνημένο πως ακριβώς θα μετρηθεί η επιτυχία του εγχειρήματος.

Μάθημα 5- Σύγχρονες Προσεγγίσεις στο Επάγγελμα του Πωλητή Διαφημιστικών Υπηρεσιών στην Ψηφιακή Εποχή

Διδακτική Ενότητα 1: ERP (Enterprise Resource Planning: Σύστημα ενδοεπιχειρησιακού σχεδιασμού) & CRM (Customer Relationship Management ή Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων)

Στην παρούσα ενότητα κατονομάζονται βασικές λειτουργίες και χρήσεις λογισμικών ERP & CRM, καταδεικνύεται η χρησιμότητά τους, παρουσιάζονται ενδεικτικά παραδείγματα λειτουργιών / χρήσης από τις πιο διαδεδομένες σχετικές πλατφόρμες, δίνονται κρίσιμες συμβουλές χρήσης για βασικές λειτουργίες των λογισμικών και καταδεικνύεται το όφελος βασικών / συνήθων αναλύσεων των δεδομένων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την εξοικείωση των ωφελούμενων τόσο με τη βασική φιλοσοφία, όσο και με τη χρήση και αξιοποίηση των λειτουργιών αυτών, προς όφελος της μεγιστοποίησης της πώλησης και της ικανοποίησης, καθώς και της διατηρησιμότητας / διακράτησης και του CLTV (Customer Life Time Value) του πελάτη.

Διδακτική Ενότητα 2: Ανθρώπινος παράγοντας στη σύγχρονη τεχνολογική εποχή

Στόχος της ενότητας είναι να εξετάσει και να αναλύσει τη θέση του ανθρώπου στη σύγχρονη κοινωνία της τεχνολογίας. Στη συγκεκριμένη 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 3: Ψηφιακό Marketing και E-commerce

Σε αυτή την ενότητα θα γίνει αναλυτική παρουσίαση του ψηφιακού marketing, του ecommerce καθώς και της σχέσης μεταξύ τους. Ειδικότερα, θα παρουσιαστούν οι κανόνες στους οποίους βασίζεται το ψηφιακό marketing έτσι ώστε να προσελκύσει το ενδιαφέρον και την προσοχή των πελατών και στη συνέχεια θα περιγραφεί το e-Commerce. Τέλος, θα αναδειχθεί ο τρόπος ανατροφοδότησης του ψηφιακού marketing στο e-commerce και το αντίστροφο.

Διδακτική Ενότητα 4: Big Data analytics και διαχείριση δεδομένων στις πωλήσεις

Η ενότητα θα εξετάσει την τεράστια επίδραση που έχουν τα Big Data στις πωλήσεις μιας εταιρείας. Ειδικότερα, 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 5: Task management & Project management

Στην ενότητα αυτή ο εκπαιδευόμενος κατανοεί τις βασικές αρχές και τη χρησιμότητα του task & project management. Επίσης, στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται σχετικά αγοραία λογισμικά (παραδείγματα), με τις βασικές λειτουργικότητες και χρήσεις τους. Οι συμμετέχοντες του προγράμματος εκπαιδεύονται στη βασική φιλοσοφία και τη χρήση αυτών των λογισμικών, με στόχο να διευκολύνεται ο συντονισμός, ο έλεγχος, η αποτελεσματικότητα, και το efficiency (καλύτερα αποτελέσματα με λιγότερους πόρους /σε λιγότερο χρόνο) όλων των καθημερινών δράσεων του πωλητή.

Μάθημα 6- Περιβαλλοντικές Προκλήσεις στο Πεδίο της Πώλησης

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

Η συγκεκριμένη ενότητα σκοπό έχει να παρουσιάσει τι είναι το περιβαλλοντικό πρότυπο και τι είναι το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης καθώς και την ανάπτυξή του εν λόγω συστήματος σ' έναν φορέα. Επίσης, ορίζει 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, παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά των οικολογικών σημάτων και η ανάλυση όσων κυκλοφορούν στη διεθνή και εγχώρια αγορά.

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

Η παρούσα ενότητα αποσκοπεί να παρουσιάσει τις αρχές της περιβαλλοντικής ενημερότητας ή ευαισθητοποίησης, την έννοια της περιβαλλοντικής ενημερότητας ή ευαισθητοποίησης, τις επιπτώσεις της περιβαλλοντικής αλλαγής, την αποδοτικότητα των πόρων και τους πρακτικούς τρόπους μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Διδακτική Ενότητα 3: Οικοφιλικές διεργασίες και Διαφήμιση

Στην ενότητα αυτή γίνεται αναφορά στο ποια διαφήμιση είναι φιλική προς το περιβάλλον καθώς και στο ποιες πρακτικές πρέπει να χρησιμοποιούνται για μια φιλική προς το περιβάλλον εκστρατεία διαφήμισης και μάρκετινγκ.

Διδακτική Ενότητα 4: Ο ρόλος της διαφήμισης στην περιβαλλοντική πρόκληση

Η παρούσα ενότητα έχει σκοπό να παρουσιάσει πώς επηρεάζει η διαφήμιση το κοινωνικό μας περιβάλλον, πώς επηρεάζει η διαφήμιση το περιβάλλον και πώς μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τη διαφήμιση για την προώθηση της περιβαλλοντικής υγείας.

Μάθημα 7 - Οι Βασικές Γνώσεις του Πωλητή: Σύγχρονες Προσεγγίσεις

Διδακτική Ενότητα 1: Στρατηγική πωλήσεων: Sales Funnel

Η ενότητα αυτή περιγράφει και αναλύει τη στρατηγική πωλήσεων "Sales Funnel" και Customer Life Time Value και όλες τις φάσεις αυτών. Επίσης, γίνεται αξιολόγηση της αξιοποίησης της κάθε φάσης ανάλογα με την περίπτωση και το ζητούμενο. Δίνονται πρακτικά παραδείγματα και tips για το αν, πότε και υπό ποιες συνθήκες ενδείκνυται ή αντενδείκνυται ποια/ες κίνηση(εις) από την πλευρά του Πωλητή (μέσα στην ιεραρχία του Sales Funnel), μοναδιαία, ή/και συνδυαστικά, για την ικανοποίηση, τη διακράτηση, την πιστότητα και τη μεγιστοποίηση της αξίας του πελάτη (CLTV).

Διδακτική Ενότητα 2: Διαχείριση Χρόνου στην ψηφιακή εποχή

Η παρούσα ενότητα καταδεικνύει την ανάγκη άπταιστης διαχείρισης χρόνου, για τη μεγιστοποίηση της απόδοσης, της αποτελεσματικότητας και παραγωγικότητας του πωλητή ψηφιακών εργαλείων. Επίσης, παρουσιάζει πρακτικές μεθόδους και tips για βελτιστοποίηση διαχείρισης χρόνου και προτεραιοποίηση, καθώς και πρακτικών templates και εύχρηστων προγραμμάτων, για την εύκολη δημιουργία, άμεση παρακολούθηση, έλεγχο και αλλαγή, πολλαπλών, πολύπλοκων και αλληλοσυγκρουόμενων χρονοδιαγραμμάτων, με επιμέρους διαδικασίες, υπεύθυνους, milestones, interdependencies κλπ.

Διδακτική Ενότητα 3: Παρουσιάσεις πωλήσεων

Η συγκεκριμένη ενότητα καταδεικνύει τη σημασία ολοκληρωμένων και πελατοκεντρικών παρουσιάσεων πωλήσεων. Περιγράφει τις βασικές αρχές που τις διέπουν, παρέχει πρακτικές συμβουλές, tips και templates για τον σχεδιασμό τους. Δίνει επίσης πρακτικές συμβουλές, tips και παραδείγματα για την παρουσίαση αυτή καθαυτή, με στόχο να μεγιστοποιήσει τις πιθανότητες επιτυχούς πώλησης με πελατοκεντρικό τρόπο και με βάση την τυπολογία/ χαρακτηριστικά του εκάστοτε πελάτη.

Διδακτική Ενότητα 4: Checklist On Sales & Information Ordering for Advertising Sales Agents

Η ενότητα αυτή καταδεικνύει την ανάγκη καθημερινής και ιδανικά σε 'live / real time' χρόνο (ή τουλάχιστον καθημερινά) καταγραφής πληροφοριών, ερεθισμάτων, status και επόμενων βημάτων και χρονισμών εκκρεμουσών εργασιών και deliverables, status και επόμενων βημάτων και χρονισμών επόμενων βημάτων / ευκαιριών πώλησης (cross-sell, up-sell κλπ.) και πρακτικές συμβουλές, tips, checklists / παραδείγματα, καθώς και ενδεικτικά templates.

Διδακτική Ενότητα 5: Είδη συμβολαίων, διαπραγματεύσεων και αναφορών: Service-level agreement (SLAs), Negotiation, Request for proposal (RFPs), Reporting

Στην ενότητα αυτή πραγματοποιείται εξοικείωση των εκπαιδευόμενων με τους όρους και βασικά templates και απαιτήσεις για Service Level Agreements (SLAs), Requests for Proposal (RFPs) και Requests for Quotation (RFQs), καθώς και με τις βασικές αρχές σύνταξης αυτών, καθώς και συμβολαίων πώλησης και βασικών ορών και ρητρών αυτών. Ακόμα, παρουσιάζονται παραδείγματα, Do's / Don'ts και παγίδες

και βασικές αρχές και μέθοδοι διαπραγμάτευσης στην πώληση / στους όρους συμφωνιών πώλησης ψηφιακών εργαλείων.

Μάθημα 8- Οι Επαγγελματικές Δραστηριότητες του Πωλητή Διαφημιστικών Υπηρεσιών με Χρήση Εμπειρικών Παραδειγμάτων

Διδακτική Ενότητα 1: Overall profile -skills and Competences Required

Στη συγκεκριμένη ενότητα πραγματοποιείται σταχυολόγηση και σύνοψη όλων των βασικών απαιτούμενων γνώσεων, τεχνογνωσίας, προσωπικών χαρακτηριστικών και συμπεριφορών που είναι απαραίτητες για την πώληση διαφημιστικών υπηρεσιών. Ακόμα, στην ενότητα δίνονται παραδείγματα επιτυχημένων και μη πωλητών σε συνδυασμό με την αιτιολόγηση, τη δημιουργία Check list και την αυτο-αξιολόγηση εκπαιδευομένων.

Μάθημα 9- Αξιολόγηση

Διδακτική Ενότητα 1: Livestreaming: Αξιολόγηση

Η συγκεκριμένη ενότητα είναι μία σύγχρονη εξ αποστάσεως διδασκαλία. Ειδικότερα, πρόκειται για Case study (Πρακτική άσκηση και Role Play), συμπεριλαμβανομένων των απαιτήσεων (γνώσεις, τεχνικές, templates, επιλογές), με βάση όλες τις παραπάνω ενότητες, για αξιοποίηση των θεωρητικών γνώσεων, των tips και των Checklists, και εφαρμογή τους (κατόπιν σχετικής κατ' ιδίαν προετοιμασίας).

Η ενότητα του συγκεκριμένου μαθήματος διεξάγεται μέσω υποχρεωτικής live streaming συνάντησης, που θα πραγματοποιηθεί σε συγκεκριμένη ημέρα και απογευματινές ώρες.