



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Λευκωσία, 04 Νοεμβρίου 2013

ΠΡΟΣ: Όλους τους Ενδιαφερόμενους
ΑΠΟ: Γενικό Γραμματέα
ΘΕΜΑ: «ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΜΕ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»
Λευκωσία 26/11/2013 (Ξενοδοχείο THE CLASSIC)

Κύριοι,

Επιθυμούμε να σας πληροφορήσουμε ότι το Κυπριακό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο, διοργανώνει σε συνεργασία με το ΕΒΕ Λευκωσίας και τη Μονάδα Ενημέρωσης του Ευρωπαϊκού Κέντρου Επιχειρηματικής Στήριξης Κύπρου, το επιμορφωτικό πρόγραμμα με θέμα:

«ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΜΕ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

Η παρατεταμένη κρίση έχει φέρει τα πάνω κάτω στις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών, δυσκολεύοντας αφάνταστα τα στελέχη των επιχειρήσεων. Βιώνουμε την εποχή των ισχνών αγελάδων και τα brands καλούνται να πείσουν ότι αξίζουν τα λεφτά τους.

Οι πελάτες ψάχνουν για οικονομικότερες λύσεις. Κάποιοι ρίχνουν τις τιμές, αλλά ταυτόχρονα ρίχνουν και την ποιότητα, μ' αποτέλεσμα να δυσαρεστούν τους πελάτες τους.

Οι πετυχημένες επιχειρήσεις ακολουθούν μια διαφορετική στρατηγική: Την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και τη συναισθηματική σύνδεση μεταξύ της επιχείρησης και των πελατών της. Είναι αποδεδειγμένο ότι οι πελάτες δεν μπορούν να κάνουν λάθος αγорές σήμερα γιατί δεν τους παίρνει οικονομικά. Η σιγουριά είναι αυτό που επιζητούν από ένα brand και μία επιχείρηση. Στόχος κάθε εταιρείας είναι όπως αξιολογείται υψηλότερα στην σχέση ποιότητα- τιμή.

Κάθε σημαντική επιχειρησιακή επιτυχία, σήμερα, μπορεί να αποδοθεί στον παράγοντα 'συναισθηματική αξία'.

Το σεμινάριο στόχο έχει να ενημερώσει και να εμπνεύσει τα Διευθυντικά Στελέχη Επιχειρήσεων για τη δύναμη της συναισθηματικής αξίας που μπορεί να κτίσει ένα brand με τους πελάτες του.

Κατά την διάρκεια του σεμιναρίου οι συμμετέχοντες θα δημιουργήσουν το δικό τους πρόγραμμα δράσης για τον σχεδιασμό, εφαρμογή και αξιολόγηση των συναισθηματικών στρατηγικών για τα τμήματα και επιχειρήσεις που διοικούν.

Η επιτυχής υλοποίηση των ιδεών αυτών θα τους βοηθήσει να επιτύχουν κερδοφόρα αύξηση μέσω της απόκτησης, διατήρησης και ανάπτυξης ικανοποιημένων, πιστών πελατών, μεγαλώνοντας ταυτόχρονα και την αξία του εμπορικού σήματος της επιχείρησής τους.

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε Στελέχη των Τμημάτων Μάρκετινγκ, Πωλήσεων και εξυπηρέτησης πελατών.

Στο πρόγραμμα θα διδάξει ο κύπριος εμπειρογνώμονας κύριος Μιχάλης Μαϊμάρης. Το ΚΕΒΕ θα εφοδιάσει όλους τους συμμετέχοντες με πιστοποιητικό παρακολούθησης.

Το πρόγραμμα θα διεξαχθεί στο Ξενοδοχείο THE CLASSIC στη Λευκωσία.

Το πρόγραμμα έχει εγκριθεί από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού Κύπρου. Οι συμμετέχοντες που θα ικανοποιούν τα κριτήρια της Αρχής θα τύχουν της σχετικής επιχορήγησης. Το δικαίωμα συμμετοχής στο επιμορφωτικό πρόγραμμα είναι **€180 συν €32.40 Φ.Π.Α.** Το ύψος της επιχορήγησης της Αρχής Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού καθορίζεται για την περίπτωση των **Μικρών Επιχειρήσεων στα €133, στην περίπτωση των Μεσαίων Επιχειρήσεων στα €126 και στην περίπτωση των Μεγάλων Επιχειρήσεων στα €108. (ΣΗΜ 1): Καθορισμός μεγέθους επιχείρησης**

Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την ΑνΑΔ. Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν με εργοδοτούμενους τους, οι οποίοι ικανοποιούν τα κριτήρια της ΑνΑΔ, θα τύχουν της σχετικής επιχορήγησης.





-2-

Ως εκ τούτου οι συμμετέχοντες παρακαλούνται να αποστείλουν μαζί με τη δήλωση συμμετοχής τους και μια επιταγή στο όνομα του ΚΕΒΕ για το ποσό των **€79.40 (€47+ €32.40 ΦΠΑ) εφ' όσον εμπίπτουν στην κατηγορία των Μικρών Επιχειρήσεων, το ποσό των €86.40 (€54+ €32.40 ΦΠΑ) εφ' όσον εμπίπτουν στην κατηγορία των Μεσαίων Επιχειρήσεων και το ποσό των €104.40 (€72 + €32.40 ΦΠΑ) εφ' όσον εμπίπτουν στην κατηγορία των Μεγάλων Επιχειρήσεων .**

Οι ενδιαφερόμενοι παρακαλούνται όπως συμπληρώσουν τη σχετική δήλωση συμμετοχής και να την αποστείλουν **στο ΚΕΒΕ**, Λεωφ. Γρίβα Διγενή 38 & Δεληγιώργη 3, Τ.Κ. 21455, 1509 Λευκωσία, Τηλ. 22889840, Φαξ: 22668630, e-mail: gvenizelou@ccci.org.cy **το αργότερο μέχρι την Παρασκευή 22 Νοεμβρίου 2013.**

Η πρακτική φύση και ο τύπος του προγράμματος είναι φανερό ότι θέτουν περιορισμούς στον αριθμό των συμμετοχών γι' αυτό θα γίνουν δεκτές αιτήσεις με σειρά προτεραιότητας.

Σημειώστε ότι αν επιθυμείτε οποιοδήποτε άλλο στοιχείο σχετικά με το πρόγραμμα αυτό, παρακαλείσθε να επικοινωνήσετε με τον υπεύθυνο του προγράμματος κ. Χρίστο Ταντελέ, Ανώτερο Λειτουργό στο ΚΕΒΕ, Τηλ. 22889840.

Με εκτίμηση,
Χρίστος Ταντελέ,
για Γενικό Γραμματέα

/ΓΒ

ΣΗΜ.: 1) Ο καθορισμός του μεγέθους των μικρών, μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων, βασίζεται στη Σύσταση της Επιτροπής 2003/316/ΕΚ της 6^{ης} Μαΐου 2003 σχετικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων (βλ. Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης L 124 της 20/5/2003, σ. 36). Όσες επιχειρήσεις δεν ικανοποιούν τα κριτήρια που ορίζει η Σύσταση, θεωρούνται μεγάλες επιχειρήσεις. Συνοπτικά, οι κατηγορίες μεγέθους των επιχειρήσεων είναι οι ακόλουθες:

Κατηγορία μεγέθους επιχείρησης	Αριθμός απασχολούμενων	Ετήσιος κύκλος εργασιών (εκατ. Ευρώ)	Ετήσιος συνολικός ισολογισμός (εκατ. Ευρώ)
Μεγάλη	≥ 250	ή (>50	και >43)
Μεσαία	<250	και (≤50	ή ≤43)
Μικρή	<50	και (≤10	ή ≤10)

Για τον έλεγχο των πιο πάνω στοιχείων αθροίζονται τα αριθμητικά δεδομένα όλων των συνδεδεμένων και συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, όπως προνοεί η πιο πάνω Σύσταση.

2) Η επιχορήγηση του δικαιώματος συμμετοχής από την Αρχή δίνεται για όλα τα στελέχη επιχειρήσεων που εμπίπτουν στην κατηγορία στην οποία απευθύνεται το πρόγραμμα και σύμφωνα με τον νόμο δεν είναι αυτοεργοδοτούμενοι ή δημόσιοι υπάλληλοι.



ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΩΡΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΜΕ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ				
ΛΕΥΚΩΣΙΑ 26/11/2013				
Ωράριο		Διάρκεια	Αναλυτικό Πρόγραμμα	Εκπαιδευτής
Από	Μέχρι	Ώρες : Λεπτά		
08:30	10:30	2:00	<p>Εισαγωγή</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ποιοι είναι οι στόχοι του σεμιναρίου; <p>Με ποια κριτήρια αγοράζουν οι πελάτες σε περίοδο οικονομικής κρίσης;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Με τη Λογική ή το Συναισθήμα; • Πως διαμορφώνονται τα μοτίβα κατανάλωσης σήμερα; <p>Για ποιους λόγους χάνει μία εταιρεία πελάτες σε περίοδο οικονομικής κρίσης;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Άσκηση & Παρουσίαση • Παρουσίαση λόγων απώλειας πελατών από έρευνα <p>Οι Στρατηγικές του Συναισθηματικού Μάρκετινγκ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Γιατί παρέχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα; <p>Περιπτωσιακή Μελέτη: Nordstrom</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τι θα μπορούσαμε να μεταφέρουμε στη δική μας επιχείρηση; 	M. M.
10:30	10:45	0:25	Διάλειμμα	
10:45	13:15	2:50	<p>The Value Star (Στρατηγικό Μοντέλο Συναισθηματικού Μάρκετινγκ)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πως μπορούμε να προσφέρουμε Υπερ-Αξία στους πελάτες της εταιρείας μας; <ul style="list-style-type: none"> ο Τι σημαίνει το Brand μας για τους πελάτες; ο Πως θα βελτιώσουμε την εικόνα μας στην αγορά; ο Ιδέες προς υλοποίηση (μέσα από συζήτηση) <p>Παραδείγματα που δείχνουν πως έχουν βγει κερδισμένες επιχειρήσεις από παρόμοιες καταστάσεις, αξιοποιώντας το Συναισθηματικό Μάρκετινγκ.</p> <p>Ποιες στρατηγικές επικοινωνίας ενδείκνυνται όταν τα marketing budgets συμπιέζονται;</p> <p>Περιπτωσιακή Μελέτη: Τι σημαίνει να γνωρίζω τον πελάτη, σε περίοδο κρίσης καλά;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τι μπορούμε να μεταφέρουμε στην εταιρεία μας; 	M. M.
13:15	14:15	1:00	Γεύμα	
14:15	15:45	1:50	<p>Εργαλείο για αξιολόγηση των υφιστάμενων προσπαθειών Συναισθηματικού Μάρκετινγκ στην εταιρεία μου</p> <ul style="list-style-type: none"> • Σχεδιασμός Προγράμματος Δράσης 	M. M.
15:45	16:00	0:25	Διάλειμμα	
16:00	17:00	1:00	<p>Άσκηση: Το εταιρικό ταξίδι του πελάτη</p> <ul style="list-style-type: none"> • Παρουσίαση παραδείγματος • Εντοπισμός αδυναμιών & καθορισμός στρατηγικών για βελτίωση τους • Παρουσίαση & Συζήτηση <p>Συμπεράσματα & Αξιολόγηση του σεμιναρίου & εκπαιδευτή Λήξη</p>	M. M.

Σύνολο Καθαρής
Διάρκειας

7



ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Επιθυμούμε να σας πληροφορήσουμε ότι ενδιαφερόμαστε να συμμετάσχουμε στο Σεμινάριο που διοργανώνει το ΚΕΒΕ με θέμα:

«ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΜΕ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

ΟΝΟΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ:

.....

ΤΗΛ. ΦΑΞ.

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

TAX. ΚΙΒ. TAX. ΚΩΔ.

E-MAIL:

ΑΡ. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ:

ΜΙΚΡΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΕΓΑΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Λευκωσία 26/11/2013 (Ξενοδοχείο THE CLASSIC)

ΟΝΟΜΑΤΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ

ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

- | | |
|---------|-------|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |
| 5. | |

Ημερομηνία Υπογραφή