



ΚΥΠΡΙΑΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Λευκωσία, 28 Ιανουαρίου 2014

ΠΡΟΣ: Όλους τους ενδιαφερόμενους
ΑΠΟ: Γενικό Γραμματέα
ΘΕΜΑ: «INBOUND MARKETING AND ONLINE REPUTATION MANAGEMENT FOR CYPRUS SMALL ENTERPRISES»
Λευκωσία 1η Φάση: 06-07/05/2014 (Ξενοδοχείο HILTON)

Κύριοι,

Το Κυπριακό Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο μέσα στα πλαίσια της πάγιας πολιτικής του για διοργάνωση επιμορφωτικών προγραμμάτων που να ανταποκρίνονται άμεσα στις εξακριβωμένες ανάγκες του εμποροβιομηχανικού κόσμου, διοργανώνει σε συνεργασία με το ΕΒΕ Λευκωσίας και τη Μονάδα Ενημέρωσης του Ευρωπαϊκού Κέντρου Επιχειρηματικής Στήριξης Κύπρου σεμινάριο με θέμα:

« INBOUND MARKETING AND ONLINE REPUTATION MANAGEMENT FOR CYPRUS SMALL ENTERPRISES»

Η οικονομική κρίση στην Κύπρο έχει δημιουργήσει σοβαρά προβλήματα φήμης για τις Κυπριακές επιχειρήσεις. Ιδιαίτερα όμως από την προφανή έλλειψη κεφαλαίου κίνησης, οι μικρές επιχειρήσεις από διάφορους κλάδους έχουν υποστεί και επιπλέον σημαντικά προβλήματα όπως π.χ. η υποχρέωση για άμεση πληρωμή των ξένων / εγχώριων προμηθευτών τους, τη δραστική μείωση των πωλήσεων τους κ.ο.κ.

Επιπλέον οι μικρές επιχειρήσεις είναι αυτές που συνήθως είναι λιγότερο ικανές να αντιδράσουν αποτελεσματικά σ' αυτό το είδος κρίσης αφού δεν έχουν τα μέσα άσκησης πίεσης στην κυβέρνηση, έχουν περιορισμένους πόρους / αποθεματικά και δεν έχουν το εξειδικευμένο ικανό προσωπικό για να λάβει γρήγορα δραστικά μέτρα. Επιπλέον τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και ιδιαίτερα τα διεθνή δεν κάνουν διάκριση μεταξύ μικρών και των μεγάλων χρηματοπιστωτικών / λογιστικών εταιρειών που έχουν επωφεληθεί από το καθεστώς της Κύπρου ως διεθνές επιχειρηματικό κέντρο.

Το παρόν σεμινάριο έχει σχεδιαστεί με βάση τις ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων για την αντιμετώπιση της κρίσης. Έχει σχεδιαστεί για την υποστήριξη των μικρών επιχειρήσεων αλλά και για να αναπτύξει μια μακροπρόθεσμη στρατηγική προσέγγισης στο θέμα διαχείρισης της online φήμης τους και του Inbound μάρκετινγκ. Ο βασικός σκοπός του προγράμματος αυτού είναι ακριβώς να επικεντρωθεί στο θέμα της επωνυμίας (brand) και στη διαχείριση της φήμης και πως αυτό μπορεί να επιτευχθεί χρησιμοποιώντας τις τεχνικές του Inbound μάρκετινγκ.

Το Inbound μάρκετινγκ είναι μια online διαδικασία μάρκετινγκ κατά την οποία οι εταιρείες χρησιμοποιούν δωρεάν εργαλεία όπως το περιεχόμενο ιστοσελίδας, το Content μάρκετινγκ, των μηχανών αναζήτησης, την ανάπτυξη άρθρων, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κλπ ώστε να προσελκύουν πελάτες και να τους μετατρέπουν από ενδιαφερόμενους σε πιστούς πελάτες.

Η διαδικασία του Inbound Marketing χρησιμοποιεί μια στρατηγική διαδικασία που ταυτίζεται με τις ανάγκες των εταιρειών παροχής Επαγγελματικών υπηρεσιών.

Μετά την ολοκλήρωση της κατάρτισης οι καταρτιζόμενοι πρέπει να είναι σε θέση να:

- κατανοούν τους λόγους, τις διαστάσεις της οικονομικής κρίσης και πως αυτή γίνεται αντιληπτή από τις διάφορες ενδιαφερόμενες ομάδες συμπεριλαμβανομένων Ευρωπαϊκών Ιδρυμάτων και Ευρωπαϊκού Τύπου
- κατανοούν τις αρχές διαχείρισης της online φήμης (online Reputation Management) και της διαχείρισης της online επωνυμίας (online Brand Management)
- αναλύουν την εμπορική επωνυμία τους (brand) από διάφορες οπτικές γωνίες συμπεριλαμβανομένων αυτή των πελατών, επανατοποθετούν και διαφοροποιούν τη online επωνυμία της εταιρείας τους για πελάτες, εγχώριους και διεθνείς ανταγωνιστές
- αναπτύσσουν online περιεχόμενο για αντιμετώπιση αρνητικών στερεότυπων και ενίσχυσης της online παρουσίας τους
- αντιληφθούν τις αρχές του Inbound Marketing, καθώς και άλλων βασικών τεχνικών

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





-2-

- αναπτύσσουν και προωθούν άρθρα online, δελτία τύπου και εταιρικών αναφορών (corporate references) για να ενισχύουν το Inbound Marketing και το Online Brand Management
- χρησιμοποιούν δωρεάν διαδικτυακά εργαλεία συμπεριλαμβανομένου του Google Keywords Tool Finder, Google Analytics, Mailchimp και άλλα για διαχείριση της online φήμης και επωνυμίας τους

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε Ιδιοκτήτες, Γενικούς Διευθυντές και Υποδιευθυντές Τμημάτων Πληροφορικής, Μάρκετινγκ και στρατηγικού σχεδιασμού μικρών επιχειρήσεων.

Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα που είναι πρακτικής φύσης περιλαμβάνει τόσο ιδρυματική όσον και ενδοεπιχειρησιακή κατάρτιση.

ΜΕΡΟΣ Α' (ΙΔΡΥΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ)

Η ιδρυματική κατάρτιση (1^η Φάση) θα διεξαχθεί μεταξύ των ημερομηνιών **06-07/05/2014**.

ΜΕΡΟΣ Β' (ΕΝΔΟΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ) 08/05-06/08/2014

Ο εκπαιδευτής θα αφιερώσει 7 ώρες σε κάθε επιχείρηση με επίσκεψη του στο χώρο της επιχείρησης για εξειδικευμένη επί τόπου μελέτη και συζήτηση των εφαρμογών που θα πρέπει να λάβουν χώρα στη συγκεκριμένη επιχείρηση.

ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ

Εγγύηση για την επιτυχία του επιμορφωτικού προγράμματος που θα διεξαχθεί στην Αγγλική γλώσσα αποτελεί το γεγονός ότι σ' αυτό θα διδάξει ο Ελληνοαμερικανός εμπειρογνώμονας **Philip Ammerman**.

ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΚΑΙ ΧΩΡΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ

Διάρκεια 21 ώρες από τις οποίες οι 14 αφορούν το ιδρυματικό μέρος και οι 7 το ενδοεπιχειρησιακό μέρος. Το πρόγραμμα **θα διεξαχθεί στο Ξενοδοχείο HILTON**.

Το πρόγραμμα έχει εγκριθεί από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού σαν πρόγραμμα ζωτικής σημασίας. Το καθαρό κόστος συμμετοχής στο επιμορφωτικό πρόγραμμα (μετά από τη σχετική επιχορήγηση της Αρχής σύμφωνα με το Νόμο Περί Δημοσίων Ενισχύσεων) εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως τον αριθμό των εργοδοτούμενων της επιχείρησης που θα συμμετάσχουν στο πρόγραμμα, το μέγεθος της επιχείρησης κλπ. **Παρακαλώ σημειώστε ότι στις πλείστες περιπτώσεις το καθαρό κόστος συμμετοχής είναι πιθανό να είναι και μηδενικό. Ειδικά στις περιπτώσεις εκείνες που μικρομεσαία επιχείρηση θα συμμετέχει στο πρόγραμμα με δύο τουλάχιστο διευθυντικά στελέχη, τότε το πιθανότερο δεν θα έχει οποιοδήποτε οικονομικό κόστος εξαιρουμένων των γευμάτων και του Φ.Π.Α.**

Πρόκειται πραγματικά για μια **ανεπανάληπτη και οικονομικά συμφέρουσα** ευκαιρία που προσφέρεται για αναβάθμιση των Κυπριακών Επιχειρήσεων αφού το πραγματικό κόστος συμμετοχής αν δεν υπήρχε η επιχορήγηση της Αρχής θα ήταν τουλάχιστον **€1995** και προτρέπονται όλοι όπως την εκμεταλλευθούν στο έπακρο.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ

Το ΚΕΒΕ θα εφοδιάσει όλους τους συμμετέχοντες με Πιστοποιητικό Παρακολούθησης.

Η πρακτική φύση και ο τύπος του προγράμματος είναι φανερό ότι θέτουν περιορισμούς στον αριθμό των συμμετοχών (25 επιχειρήσεις) γι' αυτό θα γίνονται δεκτές αιτήσεις κατά σειράν προτεραιότητας. Τελευταία ημερομηνία για δηλώσεις συμμετοχής είναι η **Τετάρτη 30 Απριλίου 2014**.

Για περισσότερες πληροφορίες όσον αφορά το καθαρό κόστος συμμετοχής ως επίσης και για δηλώσεις συμμετοχής, παρακαλείσθε όπως επικοινωνείτε με τον κ. Χρίστο Ταντελέ στο ΚΕΒΕ, τηλ. 22889840, φαξ. 22668630

Με εκτίμηση,
Χρίστος Ταντελέ
για Γενικό Γραμματέα

/ΓΒ



ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

TUESDAY 06/05/2014

08:30 – 08:45	<u>Registration</u>
08:45 – 09:45 (1.00)	<p>THE CYPRUS FINANCIAL CRISIS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Origin of the Cyprus financial crisis: sovereign loans to Greece; Non-performing loans; Government deficits and debts - European Architecture for crisis management: European Financial Stability Facility (EFSF), European Stabilisation mechanism (ESM), European Central Bank and Eurogroup - What changed in the Eurogroup decision to bail-in Cypriot depositors - The role of Germany in portraying Cyprus as a mafia state-examples of online negative PR that were never answered by the Cypriot government <p><i>Case Study: How Cyprus Failed to Manage its Online Reputation</i></p>
09:45 -10:45	<p>PRINCIPLES OF ONLINE PR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Opportunities and threats in online reputation management and online PR - Famous examples of «black» PR and online blunders - Developing your strategic matrix for online brand and reputation management - Minimum time and cost requirements for online PR and brand management - Minimum technical requirements for online PR and brand management
10:45 – 11:00	Coffee Break
11:00 – 13:00 (2.00)	<p>MANAGING ONLINE PUBLIC RELATIONS & BRANDING</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creating and Conveying Brand Identity Online - Why offline Cypriot and Greek brands do not translate online - How social media amplify PR and brand threats and opportunities - Tools for tracking and measuring online news, threats and opportunities - Crafting and disseminating your core brand and PR message - A 10-step strategy for online branding and PR in Cyprus <p><i>Case Study: Outlines of the 10-Step strategy for Each Firm</i></p>
13:00– 14:00	Lunch Break
14:00 – 15:45 (1.75)	<p>INBOUND MARKETING PRINCIPLES AND STRATEGY</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inbound Marketing Architecture - A strategic approach to digital marketing for professional services firms - What professional services firms need to do to deploy inbound marketing - Gaining customers and safeguarding your brand through inbound marketing - Payment versus content marketing - Necessary pre-requisites in time, skills, knowledge
15:45 – 16:00	Coffee Break
16:00 – 17:15 (1.25)	<p>CORPORATE WORKSHOP</p> <p>Developing an inbound marketing plan for each participating company:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Defining online and offline customer segments b) Determining language and communications parameters c) Defining web content d) Writing articles and news posts e) Defining direct marketing f) Defining social media marketing g) Linking online and offline marketing, branding and PR h) Defining and measuring your results

Συνολική καθαρή διάρκεια 7 ώρες



WEDNESDAY 07/05/2014

08:45 – 10:45 (2.00)	<p>CONTENT MARKETING AND ONLINE BRAND MANAGEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determining your brand and reputation - Defining your core message - Developing high quality online content - Articles, whitepapers, blogs, photographs - <i>Case Studie:</i> - <i>Drafting an Online Press Release or News Item</i> - <i>Developing Customer References</i>
10:45 – 11:00	Coffee Break
11:00 – 13:00 (2.00)	<p>TECHNICAL COPYWRITING</p> <ul style="list-style-type: none"> - Optimising website pages and content for search - Using Google Analytics and Google Webmaster to understand current trends - Using Google Adwords Keyword Tool Finder to select keywords - Quantitative and frequency analysis of keywords in text
13:00– 14:00	Lunch Break
14:00 – 15:45 (1.75)	<p>CONTENT MARKETING, PR MANAGEMENT AND SOCIAL MEDIA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Using social media for reputation and brand management and inbound marketing - P2P Networks: Facebook, LinkedIn, Google+ - Graphic and Image Networks: Pinterest, Instagram, Picasa - Presentation and Text Sharing: Slideshare, Scribd - Video Sharing: Youtube, Vimeo - Google Maps and other applications - <i>Case Studies News Posts, Press Releases and Events on Social Media</i>
15:45 – 16:00	Coffee Break
16:00-17:15 (1.25)	<p>DIRECT COMMUNICATIONS WITH CLIENTS AND THE PUBLIC</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generating eMail Newsletters and eMail Marketing Tactics - Developing customer and contact databases - <i>Case Studies Using MailChimp</i>
17:15 – 17:30 (0.25)	Conclusion and final review

Συνολική καθαρή διάρκεια 7 ώρες