



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Λευκωσία, 14 Οκτωβρίου 2014

ΠΡΟΣ: Όλους τους ενδιαφερόμενους
ΑΠΟ: Γενικό Γραμματέα
ΘΕΜΑ: «**INNOVATIVE ECOMMERCE AND ONLINE MARKETING SOLUTIONS FOR SMALL BUSINESSES IN CYPRUS**»
Λευκωσία 1η Φάση: 11-12/11/2014 (Ξενοδοχείο HILTON PARK)

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 τη Μονάδα Ενημέρωσης του Ευρωπαϊκού Κέντρου Επιχειρηματικής Στήριξης Κύπρου σεμινάριο με θέμα:

« INNOVATIVE ECOMMERCE AND ONLINE MARKETING SOLUTIONS FOR SMALL BUSINESSES IN CYPRUS »

Το στρατηγικό αυτό επιμορφωτικό πρόγραμμα είναι σχεδιασμένο ακριβώς να βοηθήσει τους συμμετέχοντες που προέρχονται από μικρές επιχειρήσεις (μέχρι 49 άτομα) πώς να χαράξουν μέσω καινοτομικών προσεγγίσεων την στρατηγική των επιχειρήσεων τους σε σχέση με τα ηλεκτρονικά συστήματα προώθησης και προβολής των προϊόντων και υπηρεσιών τους αξιοποιώντας πλήρως τις τεράστιες προοπτικές και δυνατότητες που προσφέρουν οι εφαρμογές του E-Marketing και E-Commerce.

Σημειώνεται ότι το πρόγραμμα δεν είναι τεχνικής φύσης και δεν απαιτεί τεχνικές και εξειδικευμένες γνώσεις. Οι περιπτώσιακές μελέτες και τα παραδείγματα θα προσαρμοστούν ώστε να καλύπτου όλο το φάσμα των επιχειρήσεων που θα το παρακολουθήσουν.

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

- αντιλαμβάνονται τη τεράστια σημασία που έχει για την επιχείρηση / οργανισμό τους η ανάπτυξη στρατηγικής για ηλεκτρονική προώθηση (eMarketing) και ηλεκτρονικό εμπόριο (eCommerce) και να γνωρίζουν τις απαιτήσεις και υποχρεώσεις που έχει μια τέτοιου είδους επένδυση
- γνωρίζουν τις τεχνικές εκείνες που θα τους επιτρέπουν να επιτυγχάνουν ψηλότερη κατάταξη στις διάφορες μηχανές αναζήτησης (search engine optimisation – SEO)
- αναπτύξουν ή να επανασχεδιάσουν την υπάρχουσα στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου (ecommerce) χρησιμοποιώντας ειδική μεθοδολογία
- γνωρίζουν πώς να παρακολουθούν και να αξιοποιούν πλήρως τις στατιστικές και άλλες πληροφορίες σε σχέση με την ιστοσελίδα τους από την χρησιμοποίηση των εργαλείων Google Analytics και Google Keyword Tool
- γνωρίζουν πώς να χρησιμοποιούν το Google Adwords και το Facebook για να αναπτύσσουν ηλεκτρονική διαφήμιση (pay-per-click Advertising)
- γνωρίζουν τις διάφορες επιλογές διαδικτυακής διαφήμισης (online advertising) καθώς και τα πλεονεκτήματα / μειονεκτήματα της κάθε μεθόδου

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.





ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

-2-

- αξιοποιούν τα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης (social media) για να προσελκύουν και να δημιουργούν πιστούς πελάτες
- ετοιμάζουν σωστά τον προϋπολογισμό που απαιτείται για τις σχετικές τους ενέργειες
- σχεδιάζουν σύστημα διαχείρισης περιεχομένου για να ενισχύουν τις ιστοσελίδες 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) 11-12/11/2014

Η ιδρυματική κατάρτιση (1^η Φάση) θα διεξαχθεί μεταξύ των ημερομηνιών 11-12/11/2014 και σκοπό έχει να επεξηγήσει στους συμμετέχοντες τρόπους και μεθόδους ανάπτυξης και αξιοποίησης των τεράστιων προοπτικών και δυνατοτήτων που προσφέρουν οι εφαρμογές του E-Marketing και E-Commerce στις Μικρές Επιχειρήσεις.

ΜΕΡΟΣ Β' (ΕΝΔΟΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ) 12/11-20/12/2014

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 αποτελεί το γεγονός ότι σ' αυτό θα διδάξει ο Ελληνοαμερικάνος εμπειρογνώμονας κος **Philip Ammerman**.

Το πρόγραμμα θα διεξαχθεί στην Αγγλική. Σημειώνεται όμως ότι παρεμβάσεις θα μπορούν να γίνονται και στην Ελληνική εκεί όπου κρίνεται αναγκαίο αφού ο κος Philip Ammerman είναι γνώστης και της Ελληνικής γλώσσας.

ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΚΑΙ ΧΩΡΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ

Διάρκεια: 14 ώρες Ιδρυματική Κατάρτιση, 7 ώρες Ενδοεπιχειρησιακή Κατάρτιση. Το πρόγραμμα θα διεξαχθεί **στο Ξενοδοχείο HILTON στη Λευκωσία**.

ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Το πρόγραμμα έχει εγκριθεί από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού σαν πρόγραμμα ζωτικής σημασίας. Το καθαρό κόστος συμμετοχής στο επιμορφωτικό πρόγραμμα 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 είναι να μην έχει οποιοδήποτε οικονομικό κόστος εξαιρουμένου του ΦΠΑ.**

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 τουλάχιστο **€1995** και προτρέπονται όλοι όπως την εκμεταλλευθούν στο έπακρο.



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

-3-

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 Τρίτη 04 Νοεμβρίου 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, Τ.Κ. 21455, 1509 Λευκωσία.

Με εκτίμηση,
Χρίστος Ταντελές
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.



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

WEDNESDAY 11/11/2014

08:30 – 08:45 Registration

**08:45 – 10:45 (2.00) INNOVATION IN ECOMMERCE AND EMARKETING STRATEGY
eCommerce & eMarketing Strategy in the Cyprus Tourism Sector**

- Training topics
 - Basic Analysis of online tourism searches, bookings and different players
 - Understanding the Web 2.0 concept
 - Website design and content
 - Balancing between graphic design and SEO
 - Understanding Content Management Systems and dynamic website
 - Review of social media marketing and latest trends in Facebook promotion
- Analytical tools
 - Understanding the prioritisation matrix for online activities: brochures – sales-customer interaction-online promotion. Understanding “pure” online versus “clicks and bricks” models for online
 - Using the Navigation 20-point framework for evaluating the quality and integrity of websites, ecommerce and emarketing for tourism service providers
- Case Study (Website Reviews)

Coffee Break

10:45 – 11:00

11:00 – 12:30 (1.50) Preparing and Prioritising for ecommerce and emarketing

- Training topics
 - Defining individual and corporate expectations for eCommerce & eMarketing
 - Establishing a sales funnel and 5 measurable objectives for small businesses in Cyprus: a) website visits, b) repeat visits, c) visitor interaction / call-to-action take-up, d) website requests, e) website bookings
 - Developing a budgeting framework for ecommerce and emarketing
 - Measuring return on investment (ROI)
- Analytical tools
 - Setting company and online objectives per category and per company
 - Budgeting and ROI frameworks using Microsoft Excel
- Case Study

Lunch Break

12:30 – 13:30

13:30 – 15:30 (2.00) SEARCH ENGINE OPTIMISATION

- Training topics
 - Understanding search engines (operation, keywords, algorithms, bots/spiders)
 - Search engine statistics: leading SEs, monthly & annual search volumes
 - Optimising site structure and content using basic criteria:
 - The Google PageRank model
 - Search Link Optimisation (SLO) and link building
 - Site name (domain name & domain name forwarding)
 - Page title (URL)
 - Keywords in site content: proximity, density, prominence, frequency
 - Incoming & outbound links; Incoming links and authority hubs
 - Total page population and links between the site (sculpting)
 - Quality content
 - Traffic and popularity
 - Google Like
 - Comment spamming
 - Gaming search engines and blacklist activities
 - Using the Google Adwords Keyword Tool Finder for site optimisation

15:30 – 15:45

Coffee Break



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

**15:45 - 17:15
(1.50)**

SEARCH ENGINE OPTIMISATION

- Analytical tools
 - Registering Domain Names
 - Domain Name forwarding
 - Google adwords keyword tool finder
 - Google pagerank using the google toolbar
 - Google feedburner
 - Keyword numerical text analysis using MS Excel and MS Word
- Case studies

Συνολική καθαρή διάρκεια 7 ώρες



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

THURSDAY 12/11/2014

08:45 – 10:30

(1.75)

MONITORING ONLINE STATISTICS AND PERFORMANCE

- Training topics
 - Understanding Google Analytics
 - Creating a Google Analytics Account & installing the tracking code
 - Visitor Reporting: Country, New vs. Returning, Browsers, Screen Resolution, Operating System, Languages, Bounce Rate
 - Traffic Sources: Direct, Search Engines, Keywords
 - Content: Entry & Exit Pages, Time/ Page, # Pages/ Visitors, Navigation Analysis
 - Advertising Campaigns: Measuring results of adwords, ad types and campaigns
 - Using Google Analytics for content management, page sculpting and online promotion
 - Adjusting / editing website content based on analytics report
 - Page sculpting for internal prioritisation and ROI
 - Revising and optimising pay-per-click advertising and branded campaigns
 - Understanding & Using Alexa
 - Alex Site Rankings in Cyprus: list of top websites by traffic
 - Optimisation / site audit using Alexa
 - Using Alexa to determine advertising & promotion campaigns
 - Analytical tools
 - Detailed coverage of Google Analytics and Alexa
- Case Studies

Coffee Break

10:30 – 10:45

10:45 – 12:30

(1.75)

ONLINE ADVERTISING

Pay-per-click (PPC) Campaigns

- Training topics
 - Establishing online advertising campaign (PPC) objectives and budgets
 - Determining customer demographics and advertising reach
 - Setting up and using Google Adwords
 - Setting up and using Facebook Ads
 - Using the Facebook Marketplace
- Analytical tools
 - Google Adwords, Facebook Ads, MS Excel budgeting
- Case Studies

Branded advertising campaigns

- Training topics
 - Establishing online advertising campaign (branded) objectives and budgets
 - Determining customer demographics and advertising reach
 - Selecting websites (reference to Alexa)
 - Negotiating Space, positioning, views and click-throughs
 - Designing online advertisements
 - IAB advert dimensions
- Analytical tools
 - Google Adwords, Facebook Ads, MS Excel budgeting
- Case Studies

Lunch Break

12:30 – 13:30

13:30 – 14:30

(1.00)

FREE PROMOTION USING DIRECTORIES & PRESS RELEASES

- Training topics
 - Writing and optimising your directory listings text
 - Getting listed in directories
 - Writing and optimising article & press release text
 - Getting published
 - Comment spamming on authoritative sites (CNN, BBC, Financial Times, etc)
- Analytical Tools
 - Reviewing Google search results
 - Using Google search to find directories
 - DMOZ directory listing
 - Link checking / tracking using Altavista, Backlist Watch and other tools
- Case Studies



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

- 14:30-15:30
(1.00)** **SOCIAL MEDIA & WEB 2.0 PROMOTIONS & LISTING**
- Training topics
 - What is social media? Sites (Facebook, LinkedIn, Google+, Pinterest) and Likes (Digg, Google Like)
 - Setting up a company or individual Page on Facebook
 - Setting up a company or individual page on Google+
 - Setting up a company or individual page on LinkedIn
 - Using Pinterest and Picasa
 - Setting up a blog on Blogger
 - Analytical tools
 - We will use each site mentioned above to demonstrate the process
 - Case Studies
- 15:30 - 15:45** **Coffee Break**
- 15:45-16:45
(1.00)** **SOCIAL MEDIA & WEB 2.0 PROMOTIONS & LISTING**
- Using and installing Google Feedburner
 - Using Digg
 - Using Twitter
 - Using Slideshare
 - Analytical tools
 - Use each site mentioned above to demonstrate the process
 - Case Studies
- 16:45 - 17:15
(0.50)** Conclusion and final review

Συνολική καθαρή διάρκεια 7 ώρες