



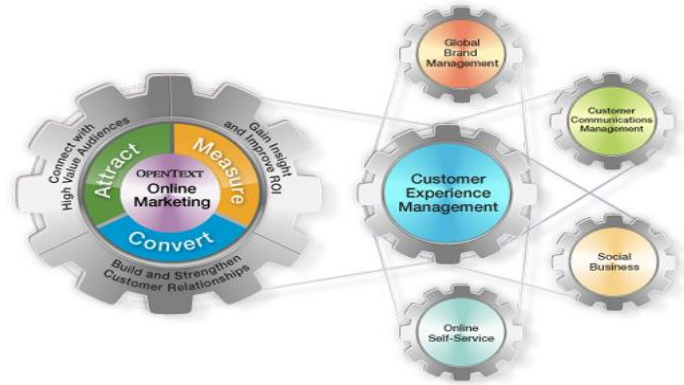
ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

«ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM/CX) FOR THE TOURISM SECTOR» Το νέο σεμινάριο του KEBE (100% Επιχορήγηση από την ΑνΑΔ)

Ημερομηνίες Διεξαγωγής:

24 & 31/05/2017

(Ξενοδοχείο NAPA PLAZA, Αγία Νάπα)



ΑΝΑΓΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ:

Έρευνες σχετικά με αγορές δείχνουν την όλο και αυξανόμενη τάση των Τουριστών να διενεργούν διαδικτυακή έρευνα αγοράς πριν από οποιαδήποτε αγορά κάποιου τουριστικού πακέτου και προορισμού.

Πληροφορίες, κριτικές θετικές ή αρνητικές είναι πλέον διαθέσιμες σε πολλές ηλεκτρονικές πλατφόρμες με αποτέλεσμα να επηρεάζουν τις αποφάσεις τουριστών - πελατών.

Είναι πλέον αναγκαιότητα για κάθε τουριστική επιχείρηση να έχει μια πλήρη και καλά οργανωμένη Online παρουσία που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες και προσδοκίες των πελατών της.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να αντιληφθούν ότι το διαδίκτυο έχει αλλάξει ριζικά τις ισορροπίες δυνάμεων και ότι υποψήφιοι πελάτες κατέχουν πλέον το πάνω χέρι όσον αφορά την αξιολόγηση και την τελική επιλογή. Η εμπειρία λοιπόν του πελάτη όταν είναι καλή

και αξιοποιείται από την Τουριστική επιχείρηση μπορεί να βελτιώσει την αποτελεσματικότητα της. Η διαδικασία αυτή είναι γνωστή με την ονομασία Customer Experience Management (CEM) και σκοπό έχει την ενίσχυση της πιστότητας των πελατών, την αύξηση της πελατειακής βάσης και κατ' επέκταση την αύξηση της κερδοφορίας της τουριστικής επιχείρησης.

Ο βασικός σκοπός του προγράμματος είναι ακριβώς να βοηθηθούν οι τουριστικές επιχειρήσεις πώς να επιτύχουν να έχουν ένα αποτελεσματικό σύστημα διαχείρισης της εμπειρίας του πελάτη (Customer Experience Management, CEM) και πώς να βελτιώσουν και να διαχειριστούν σωστά το θέμα της Online φήμης και επωνυμίας τους (Online Brand and Reputation). Οι εργοδότες θα πρέπει να κατανοήσουν ότι η Online φήμη και επωνυμία της τουριστικής επιχείρησης τους θα πρέπει να επανακερδιθεί εφαρμόζοντας σύγχρονες μεθόδους προσέγγισης πελατών.

ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΟΙ ΚΑΤΑΡΤΙΖΟΜΕΝΟΙ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΣΕ ΘΕΣΗ ΝΑ:

- Κατανοούν την ψυχολογία των καταναλωτών / τουριστών που αγοράζουν μέσω του διαδικτύου (online) καθώς και κινήτρων για αγορά. Αυτό περιλαμβάνει την κατανομή των πελατών / τουριστών σε δημογραφικές ομάδες καθώς και την διερεύνηση της συμπεριφοράς των υποψήφιων πελατών.
- Αξιολογήσουν την εμπειρία των online πελατών όπως αυτή φαίνεται μέσω των καναλιών κοινωνικής δικτύωσης (Tripadvisor, Booking.com, Facebook Reviews, Google+ Reviews, and LinkedIn)
- Κατανοήσουν την μεθοδολογία που θα πρέπει να ακολουθήσουν για σχεδίαση και ανάπτυξη ενός προγράμματος σωστής διαχείρισης της εμπειρίας του πελάτη (Customer Experience Management, CEM)
- Κατανοήσουν την διαδικασία του Customer Experience Management (CEM) μέσα από την οπτική γωνία των πελατών τους. Αυτό που διαφοροποιεί μια επιτυχή εφαρμογή ενός προγράμματος CEM από μια απλή εφαρμογή είναι η κατανόηση της συμπεριφοράς του πελάτη-καταναλωτή



- Γνωρίζουν πώς να αναπτύξουν ή και να βελτιώσουν τα υφιστάμενα συστήματα online πωλήσεων τους (εγγραφή, πώληση, διεκπεραίωση)
- Γνωρίζουν πώς να βελτιώσουν την online τουριστική επωνυμία (brand) καθώς και το σχετικό περιεχόμενο της ιστοσελίδας τους ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών τους
- Αναπτύξουν πλαίσιο διαχείρισης της online φήμης τους (online Reputation Management) καθώς και online περιεχόμενο που να ανταποκρίνεται σε τουρίστες - πελάτες
- Χρησιμοποιούν δωρεάν διαδικτυακά εργαλεία συμπεριλαμβανομένου του Google Keywords Tool Finder, Google Analytics, Mailchimp και άλλα για διαχείριση της online φήμης και περιεχομένου τους

ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε Ιδιοκτήτες, Γενικούς Διευθυντές και υπεύθυνους Τμημάτων Πληροφορικής, Μάρκετινγκ, Πωλήσεων και στρατηγικού σχεδιασμού τουριστικών επιχειρήσεων.

Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα που είναι πρακτικής φύσης περιλαμβάνει τόσο ιδρυματική (14 ώρες) (επισυνάπτεται αναλυτικό πρόγραμμα) όσο και ενδοεπιχειρησιακή (7 ώρες) κατάρτιση. Η ακριβής ημερομηνία επίσκεψης σε κάθε επιχείρηση θα καθορισθεί κατά τη διάρκεια του σεμιναρίου.

ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ

Στο πρόγραμμα θα διδάξει ο Ελληνοαμερικάνος εμπειρογνώμονας Philip Ammerman. Το πρόγραμμα θα διεξαχθεί στην Αγγλική γλώσσα.

ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (€1785+ €339,15 Φ.Π.Α.)

Το πρόγραμμα έχει εγκριθεί από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού σαν πρόγραμμα ζωτικής σημασίας. Το πρόγραμμα επιχορηγείται εξ' ολοκλήρου από την ΑνΑΔ και ως εκ τούτου **δεν υπάρχει οποιαδήποτε οικονομική επιβάρυνση** για τις επιχειρήσεις εξαιρουμένου του Φ.Π.Α. Να σημειωθεί ότι και το Φ.Π.Α. επιστρέφεται στις εταιρείες και δεν αποτελεί κόστος για τις επιχειρήσεις.

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 **€1785** και προτρέπονται όλοι όπως την εκμεταλλευθούν στο έπακρο.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ

Το ΚΕΒΕ θα εφοδιάσει όλους τους συμμετέχοντες με Πιστοποιητικό Παρακολούθησης.

ΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Οι Δηλώσεις Συμμετοχής να αποστέλλονται στο ΚΕΒΕ, e-mail: gvenizelou@ccci.org.cy φαξ. 22668630 **το αργότερο μέχρι την Πέμπτη 18 Μαΐου 2017.**

Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλείσθε όπως επικοινωνείτε με τον κ. Χρίστο Ταντελέ στο ΚΕΒΕ, τηλ. 22889840, φαξ: 22668630, Τ.Κ. 21455, 1509 Λευκωσία ή με τον Γραμματέα του ΕΒΕ Αμμοχώστου τηλ. 23829264 ή 25370165.

Με εκτίμηση,
Χρίστος Ταντελέ
για Γενικό Γραμματέα

/ΓΒ





Αναλυτικό Ωρολόγιο Πρόγραμμα

Introduction to CEM

WEDNESDAY 24/05/2017

08.45-10.45 (2.00)

Online Consumer Behaviour

This Introductory session reviews how different customer demographics use the internet and interact online with different media channels and products. Definition of consumer demographics and the three main generations:

- Millenials
- Generation X and Baby Boomers
- **Differentiation of Cypriot and international tourists and customers**
- **Most frequent online activities while travelling: Sharing photos, posting reviews, etc. Impact of TripAdvisor, Booking.com Reviews, Facebook & Facebook Reviews, Google Hotel Finder, Google Reviews and other sharing and evaluation platforms on traveller and consumer behaviour**
- Online browsing and purchase behaviour using data from the United States and Europe, with specific examples of successful CEM drawn from Cyprus
- Social media trends and technology, including the rise of mobile and mobile apps
- and The online sales funnel, including both linear and non-linear interpretations of how consumers interact with brands online.

Case Study: Self-assessment of customer demographics and segments

10.45-11.00 (0.25)

Coffee Break

11.00-13.00 (2.00)

Managing Customer Experience at Online Registration and Checkout

This module will review the main online issues in Tourism customer experience, focussing on:

- The linear sales funnel
- The iterative sales process
- B2B versus B2C selling online
- The strategic selling process
- Effective user registration, Effective wishlist
- Effective checkout and payment processes
- Sales fulfilment (delivery, other forms)
- After-sales service
- And Returns and defective product policies.

Case Study: Definition and Evaluation of Registration and Checkout

13.00-14.00 (1.00)

Lunch

14.00-15.45 (1.75)

Managing Tourism Customer Experience on Social Media

Social Media channels are rapidly evolving into an active consumer mechanism for evaluation, sharing and self-validation. This module will review the main online issues in customer experience, focussing on main online evaluation channels:

- Facebook, Google+, LinkedIn, Glassdoor,
- TripAdvisor
- **Booking.com**

Case Study: Claiming social media profiles / developing policy

15.45-16.00 (0.25)

Coffee Break

16.00-17.15 (1.25)

The Tourism Customer Experience Roadmap

This module provides a practitioner's methodology towards establishing a strategic roadmap for CEM in Tourism enterprises. This is adapted to both B2B2C and B2C clients. Key points in this module include:

- Key drivers of value for your Tourism enterprise / for your consumer
- Charting the value stream from supplier to B2B customer to B2B2C end-user
- Key performance standards: What do you want to achieve?
- How do consumers and customers interact with you?
- What features and experiences do they evaluate?
- What gaps or challenges and opportunities exist?

Case Study: Drafting a Customer Experience Mission Statement



Advanced CEM / CZ

WEDNESDAY 31/05/2017

08.45-10.45 (2.00)

The CEM/CX Workstream

A workstream is defined as the stream of interaction between customer and supplier for a specific product/service.

Documenting a workstream procedure includes:

- Workstream title
- Customer / Tourism segment
- Communications channel
- Activities and objectives
- 5-10 step description of each activity
- Metrics for success / KPIs
- Cost per activity
- Timescales
- Responsibilities

Case Study: Designing Workstreams

10.45-11.00 (0.25)

Coffee Break

11.00-13.00 (2.00)

Designing Emotionally-Engaging CEM/CX

We will use the adapted FFF model (2012) of online Tourism consumer behaviour to illustrate the role of emotional customer experience online. This includes: a) External Factors, b) Internal Factors, c) Buying Motives, d) Filtering Elements, e) Filtered Buying Motives and f) Buying Procedure. This will be adapted with specific reference to successful Cypriot, Greek and other Tourism websites for illustration.

Case Study: Definition of Consumer Behaviours and Responses

13.00-14.00 (1.00)

Lunch

14.00-15.45 (1.75)

Branding and Content Development for Online CEM

This module explores the principles of branding as they apply to Tourism enterprises online. Subjects include: Technical Branding issues Online: Brand Positioning, valuation and promise; And Website Content Components for Online Branding

Case Studies: Keyword Testing on Brands/Listing of Website Content for Brand Differentiation

15.45-16.00 (0.25)

Coffee Break

16.00-17.15 (1.25)

Branding and Online Reputation Management (ORM)

This module explores how Cyprus Tourism enterprises can improve and manage their online reputation management in terms of CEM, and when problems with CEM include. Subjects include: Policies for dealing with complaints or criticisms on social media: Focus on Facebook, LinkedIn and Google+; other sites such as TripAdvisor or Glassdoor may be covered, depending on participant composition; Procedure for negative search engine result removal requests and removing offensive content from Facebook, including legal take-down requests; Balancing negative comment and ratings with positive ones and pushing negative comments off the viewer screen; Publishing testimonials and press releases on authoritative sites; paying for press releases; continual online monitoring and keyword monitoring; and Legal and malpractice issues in dealing with customer / consumer complaints.

Case Study: Participants will be asked to develop a step-by-step policy for dealing with negative comments based on different scenarios, starting with Facebook.

Discussion and Closing



ΚΥΠΡΙΑΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Δήλωση Συμμετοχής

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

«ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM/CX) FOR CYPRUS TOURISM SECTOR»

Στοιχεία Επιχείρησης / Οργανισμού

Όνομα Επιχείρησης:	
Αρ. Μητρώου Εργοδότη Κοινωνικών Ασφαλίσεων:	
Τηλ.	Φαξ.
Διεύθυνση:	
Τ.Θ.	Τ.Κ.
E-MAIL:	
Αρ. Εργοδοτούμενων:	

Αγία Νάπα, 24/05 & 31/05/2017 (Ξενοδοχείο NAPA PLAZA)

Στοιχεία Συμμετεχόντων

Ονόματα Συμμετεχόντων:

Θέση στην Εταιρεία:

1.

.....

2.

.....

3.

.....

Ημερομηνία

Υπογραφή