

**«BRAND EXPERIENCE MANAGEMENT
– AN INNOVATIVE APPROACH TO KEEP YOUR CUSTOMER STRATEGY
ON TRACK AND YOUR ORGANISATION FOCUSED ON SUSTAINABLE GROWTH»
(100% Επιχορήγηση από την ΑνΑΔ)**

Ημερομηνίες Διεξαγωγής : 29 & 30/ 03/ 2022

Χώρος Διεξαγωγής: Λεμεσός, Ξενοδοχείο «PEFKOS CITY HOTEL»

Το Ιδρυματικό μέρος του Εκπαιδευτικού Προγράμματος, το οποίο έχει διάρκεια 14 ώρες, θα διεξαχθεί σε δύο ημέρες.

**ΔΗΛΩΣΗ
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ
ΠΑΤΗΣΤΕ ΕΔΩ**

Οι πελάτες κρίνουν θετικά ή αρνητικά μια εταιρεία με βάση τις εμπειρίες που αποκτούν όταν έρχονται σε επαφή με οτιδήποτε πηγάζει από την εταιρεία αυτή και συνδέεται με τη επωνυμία της –«the brand experience». Σύμφωνα με την McKinsey, οι εμπειρίες που συνδέονται με την επωνυμία (brand experiences) αποτελούν το πιο ισχυρό κίνητρο που οδηγεί τους πελάτες να προωθήσουν την εταιρεία σε τρίτους.

Αυτή η «συνηγορία» των πελατών στο να μιλούν θετικά για μια εταιρεία (brand advocacy) είναι αυτό που μετατρέπει τις καλές σε εξαιρετικές εταιρείες και τους παρέχει ισχυρή ανάπτυξη και βιωσιμότητα. Ένα άρθρο με τίτλο «The One Number You Need to Grow» (του Fred Reichheld), που δημοσιεύτηκε το 2003 στο Harvard Business Review, είχε μεγάλη επιρροή στο να κάνει πλέον αποδεκτό ότι οι συστάσεις των πελατών αποτελούν τον πιο ισχυρό συντελεστή ανάπτυξης μιας επιχείρησης.

Η παροχή εξαιρετικών εμπειριών, με συνέπεια σε κάθε σημείο επαφής με τον πελάτη (touchpoint) διαφοροποιεί την εταιρεία από τον ανταγωνισμό – μία διαφοροποίηση που δεν μπορεί να αντιγραφεί από άλλους.

Το «Brand Experience Management» είναι μια επιχειρησιακή πειθαρχία (business discipline) που αγγίζει όλες τις πτυχές μιας επιχείρησης: το ανθρώπινο δυναμικό, τους πόρους, τη δομή και την ανάπτυξη της. Έχει καθιερωθεί από πάρα πολλές επιχειρήσεις ανά τον κόσμο (μεγάλες και μικρές) στο επίκεντρο της εφαρμογής και εκτέλεσης της στρατηγικής πελατών.

Η σωστή εφαρμογή της φιλοσοφίας του «Brand Experience Management» παρέχει στην εταιρεία εστίαση στη στρατηγική, άμεση ανταπόκριση από όλους, συνεργασία (organisational collaboration) και υπευθυνότητα σε όλα τα επίπεδα: από την πρώτη γραμμή, στην υποστήριξη (back-office) και διεύθυνση.

Μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος οι καταρτιζόμενοι πρέπει να είναι σε θέση να:

- περιγράφουν την έννοια του «Brand Experience Management», το πόσο σημαντικό είναι στη εκτέλεση της στρατηγικής πελατών (customer strategy) και το πως συμβάλλει στη διαφοροποίηση, τη σταθερή ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης.
- κατονομάζουν τα βασικά στοιχεία και αρχές ενός συστήματος «Brand Experience Management».
- καταγράφουν με λεπτομέρεια τη διαδρομή που ακολουθεί ο πελάτης (customer journey) και τα σημεία τα οποία είναι καθοριστικά για το πώς ο πελάτης βιώνει αυτές τις εμπειρίες (moments of truth and moments of pain).
- περιγράφουν τον τρόπο με τον οποίο το «customer journey» επηρεάζεται από τη συνεργασία (organisational collaboration) μεταξύ της πρώτης γραμμής, της υποστήριξης (back-office), και της διεύθυνσης καθώς και από όλη τη οργάνωση και διαδικασίες της εταιρείας.
- ταξινομούν τις διαδικασίες σε όλα τα επίπεδα που καθορίζουν την εμπειρία που προσφέρει η εταιρεία στους πελάτες της καθώς και τη συνεχή εντόπιση αδυναμιών
- τεκμηριώνουν αδυναμίες μέσω συνεχούς «διάλογου» (feedback) με τους πελάτες.
- επιδεικνύουν διορθωτικές ενέργειες που να κινητοποιούν τους πελάτες στο να προτείνουν/συστήνουν την εταιρεία σε άλλους.
- εφαρμόζουν ένα σύστημα αναπληροφόρησης όπως είναι το NPS που χρησιμοποιείται από πολλές μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις.
- οργανώνουν τη μεθοδολογία καθώς και ένα σύστημα με τα αναγκαία εργαλεία για τη σωστή διαχείριση της εμπειρίας που η εταιρεία επιδιώκει να παρέχει στους πελάτες της – «Brand Experience Management»



Περιγραφή Υποψηφίων:

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε **Διευθυντικά και Ανώτερα Στελέχη καθώς και σε επιστημονικό προσωπικό επιχειρήσεων και οργανισμών που έχουν την ευθύνη σε θέματα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων, Ανθρώπινων Πόρων των Επιχειρήσεων ή Στρατηγικού Σχεδιασμού.** Το πρόγραμμα καλύπτει τις ανάγκες οργανισμών / επιχειρήσεων που θέλουν να εφαρμόσουν ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα «Brand Experience Management».

Δομή του Προγράμματος:

Το πρόγραμμα είναι πρακτικής φύσης και περιλαμβάνει τόσο Ιδρυματική (14 ώρες) όσον και Ενδοεπιχειρησιακή κατάρτιση (επίσκεψη εκπαιδευτών σε κάθε επιχείρηση διάρκειας 4 ωρών).

Διδασκαλία:

Το Επιμορφωτικό πρόγραμμα θα διδάξουν οι εμπειρογνώμονες κ. **Elie Wakil και κ. Ανδρέας Χριστόπουλος**. Σημειώνεται ότι το πρόγραμμα θα διεξαχθεί στην Αγγλική γλώσσα όμως παρεμβάσεις και συζητήσεις μπορούν να γίνουν και στην Ελληνική.

Δικαίωμα Συμμετοχής (€1530 + €290.70 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 / οργανισμούς, εξαιρουμένου του Φ.Π.Α. (€290.70)**. 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 τουλάχιστον **€1530**. Επομένως, προτρέπονται όλες οι εταιρείες όπως την εκμεταλλευθούν στο έπακρο.

Δηλώσεις Συμμετοχής:

Οι ενδιαφερόμενοι παρακαλούνται όπως συμπληρώσουν τη σχετική δήλωση συμμετοχής πατώντας **ΕΔΩ**, **το αργότερο μέχρι την Τρίτη 22 Μαρτίου 2022**.

Η πρακτική φύση και ο τύπος του προγράμματος θέτουν περιορισμούς στον αριθμό των συμμετοχών, γι' αυτό οι αιτήσεις θα γίνονται δεκτές με σειρά προτεραιότητας.

Σας ενημερώνουμε ότι τηρούνται αυστηρά όλα τα απαραίτητα μέτρα σύμφωνα με το διάταγμα του Υπουργού Υγείας ημερομηνίας 18/2/2022.

Οι παρευρισκόμενοι σε δραστηριότητες κατάρτισης καθώς και σε αξιολογήσεις επαγγελματικών προσόντων και συντελεστών παροχής κατάρτισης, απαιτείται η επίδειξη είτε ισχύοντος πιστοποιητικού ολοκληρωμένου εμβολιασμού για την ασθένεια του COVID-19, είτε ισχύοντος πιστοποιητικού ανάρρωσης από την ασθένεια του COVID-19, είτε αρνητικής εργαστηριακής εξέτασης (PCR), με τη δειγματοληψία να έχει πραγματοποιηθεί εντός 72 ωρών, είτε αρνητικής εξέτασης ταχείας ανίχνευσης αντιγόνου για την ασθένεια του COVID-19, με τη δειγματοληψία να έχει πραγματοποιηθεί εντός 48 ωρών.

Για πρόσωπα τα οποία δεν δύνανται να εμβολιαστούν λόγω ιατρικού προβλήματος, απαιτείται η επίδειξη του ιατρικού πιστοποιητικού που εκδίδει το Υπουργείο Υγείας και η επίδειξη αρνητικής εργαστηριακής εξέτασης (PCR) ή εξέτασης ταχείας ανίχνευσης αντιγόνου για την ασθένεια του COVID-19, με τη δειγματοληψία να έχει πραγματοποιηθεί εντός επτά ημερών. Όλοι οι παρευρισκόμενοι οφείλουν να φέρουν μαζί τους δελτίο ταυτότητας ή διαβατήριο.

Υπενθυμίζεται ότι η χρήση προστατευτικής μάσκας είναι υποχρεωτική.

Για περισσότερες πληροφορίες ή διευκρινίσεις μπορείτε να επικοινωνείτε με την κα. Ζωή Πιερίδου, Λειτουργό ΚΕΒΕ, στα τηλ. 22889746 / 22889715, email: z.pieridou@ccci.org.cy.

Με εκτίμηση,
Χρίστος Ταντελής
Ανώτερος Λειτουργός ΚΕΒΕ

ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

1. Με Επιταγή στο όνομα του ΚΕΒΕ
2. Κατάθεση στους πιο κάτω λογαριασμούς:

ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ

ΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: **0194-12-006537**

IBAN NO.: **CY 16 0020 0194 000 000 12 0065 3700**

BIC: **BCYRCY2N**

3. Μέσω της Υπηρεσίας **JCC SMART** πατώντας στον σύνδεσμο: <https://www.jccsmart.com/e-bill/32522039>

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

ΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: **121-01-013924-01**

IBAN NO.: **CY2500500121000121010139**

BIC: **HEBACY2N**

***Η πληρωμή με μετρητά δεν θα γίνεται αποδεκτή, σύμφωνα με τους νέους κανονισμούς της ΑνΑΔ.**

Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την ΑνΑΔ ως Ζωτικής Σημασίας. Οι επιχειρήσεις/οργανισμοί που συμμετέχουν με εργοδοτούμενους τους, οι οποίοι ικανοποιούν τις προϋποθέσεις της ΑνΑΔ, θα τύχουν της σχετικής επιχορήγησης.



ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

TUESDAY 29/03/2022

09:00-09:30 (00:30) Introduction and Objectives

- Introducing the delegates
- Expectations of the delegates

09:30-11:00 (01:30) Brand Experience Management: importance and rationale

- Group task: brand experience knowledge & perception
- Successful brand experience management: the areas of focus
- Why is brand experience important
- History and Development of brand experience: from the age of manufacture to the age of the customer
- What happens when brand experience management is applied: a real story – sustaining growth through customer focus

11:00-11:15 (00:15) COFFEE BREAK

11:15-12:15 (01:00) Basic Elements and Principles of Brand Experience Management

- What does it take to build a successful brand experience
- People - Leadership & Executive buy-in
- Insights – Building Customer Centric Goals
- Technology with human overlay

12:15-13:30 (01:15) Designing the Brand Experience

- Measuring the experience and obtaining customer insights
- Overview of customer engagement – setting the priorities and the customer value proposition
- What brand experience for our customers
- Group work: understanding segmentation

13.30-14.30 LUNCH

14.30-16.00 (1:30) The Buyer/Customer Journey

- Buyer Journey the Customer Journey and Brand Experience
- Moments of truth
- The airline case study

16.00-16.15 (0:15) COFFEE BREAK

16.15-17.30 (1:15) Case Study 1: Customer stages of brand experience (hypermarket)

- Preparation for board meeting: review brand experience
- Identify stages and moments of truth of brand experience currently delivered

WEDNESDAY 30/03/2022

- 09:00-10:00 (01:00) First day overview group work
- Summary and feedback
 - Prepare presentation for day 1 learning points
 - Plenum discussion
- 10:00-11:00 (01:00) Organisational collaboration and responsibility
- The tools for organisational collaboration
 - Group work: Organisational collaboration a necessity for brand experience – finding your own formula
 - Plenum discussion
- 11:00-11:15 (00:15) COFFEE BREAK
- 11:15-13:00 (01:45) Process mapping and the buyer/customer journey
- Internal mapping of responsibilities
 - The customer, the frontline and the back office
 - Case Study 2: Process mapping (hypermarket)
 - o Build on Case 1 to develop a process mapping diagram
 - o Identify importance of responsibilities and organisational collaboration in delivering the required brand experience
 - Plenum discussion on key learnings
- 13:00-14:00 (1:00) LUNCH
- 14:00-15:00 (1:00) Customer feedback process driving Organisational collaboration
- Need for simple regular feedback process
 - Net Promoter System
 - Closing the loop – tactical level
 - Closing the loop – strategic level
 - Group work: Implications of implementing a regular customer feedback system in a company. Discuss drivers and barriers
- 15:00-15:30 (0:30) The use of technology as an enabler
- Creating responsibility and accountability across the organisation
- 15:30-15:45 (0:15) COFFEE BREAK
- 15:45-16:30 (0:45) Causes of failure in implementing a Brand Experience program
- Group work: discuss possible causes of failure within your own system
- 16:30-17:00 (0:30) Company readiness
- The dimensions
 - Individual exercise to evaluate own company readiness
 - Plenum discussion
- 17:00-17:30 (0:30) Follow up workshop
- Explanation and homework
 - Discussion
 - Closing remarks