



BRAND EXPERIENCE MANAGEMENT

An Innovative Approach to Keep Your Customer Strategy on Track and Your Organisation Focused on Sustainable Growth

20 & 21/ 11/ 2023 – Ξενοδοχείο «CLEOPATRA», Λευκωσία

Είναι πλέον αποδεκτό ότι οι συστάσεις των πελατών αποτελούν το πιο ισχυρό συντελεστή ανάπτυξης μιας επιχείρησης. 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». Αυτή η «συνήγορία» 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 - ενώ το αντίθετο (αρνητικές εμπειρίες και διαδόσεις) επιφέρει γρήγορα τη παρακμή.

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 ανάπτυξή της. Έχει καθιερωθεί από πάρα πολλές επιχειρήσεις (μεγάλες και μικρές) ανά το κόσμο 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 τη πρώτη γραμμή, στη υποστήριξη (back-office) και διεύθυνση.



ΣΤΟΧΟΣ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ

Το πρόγραμμα στοχεύει στη αναβάθμιση της ποιότητας και στη διαφοροποίηση των εμπειριών των πελατών ενός οργανισμού αναλόγως του πελάτη (customer segment). Το πρόγραμμα επικεντρώνεται στη δημιουργία εξαιρετικών εμπειριών που οδηγούν σε συστάσεις και κάνουν τους πελάτες να μιλούν και να υπερασπίζονται την επωνυμία (Brand) μιας επιχείρησης. Οι συμμετέχοντες θα μπορέσουν να αντιληφθούν με εντελώς διαφορετικό τρόπο τη σημασία, τη διαμόρφωση και τον αντίκτυπο των εμπειριών στους πελάτες. Θα τους εφοδιάσει με τα κατάλληλα εργαλεία για να καταλάβουν καλύτερα τις επιθυμίες των πελατών, να σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν νέες συναρπαστικές εμπειρίες για τους πελάτες τους. Τελικός στόχος είναι η δημιουργία μιας μοναδικής κουλτούρας που θα προσελκύει και θα διατηρεί ιδιαίτερα αφοσιωμένους πελάτες οι οποίοι θα γίνουν “πρεσβευτές” της επωνυμίας (brand ambassadors).

Με την ολοκλήρωση του προγράμματος οι καταρτιζόμενοι θα είναι σε θέση, μεταξύ άλλων, 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, σταθερή ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης
- κατονομάζουν τα βασικά στοιχεία και αρχές ενός συστήματος «Brand Experience Management»
- ταξινομούν τις διαδικασίες σε όλα τα επίπεδα που καθορίζουν την εμπειρία που προσφέρει η εταιρεία στους πελάτες της καθώς και τη συνεχή εντόπιση αδυναμιών
- διατυπώνουν σε 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 / moments of pain)
- εξηγούν 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.
- αναπτύσσουν τη μεθοδολογία και οργανώνουν ένα σύστημα με τα αναγκαία εργαλεία για τη σωστή διαχείριση της εμπειρίας που η εταιρεία επιδιώκει να παρέχει στους πελάτες της (Brand Experience Management)
- επιλέγουν και οργανώνουν ένα σύστημα αναπληροφόρησης όπως είναι το NPS που χρησιμοποιείται από πολλές μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις
- υπερασπίζονται την σπουδαιότητα και τα οφέλη του προγράμματος διαχείρισης Brand Experience και να συνεργάζονται συλλογικά για την επίτευξη του στόχου αυτού



Πληροφορίες και κόστος

Ημερομηνίες Διεξαγωγής: Δευτέρα **20/11/2023** και Τρίτη **21/11/2023**

Ώρες Διεξαγωγής: 08:30 - 17:00

Χώρος Διεξαγωγής: Ξενοδοχείο «**CLEOPATRA**», Λευκωσία

Διάρκεια Ιδρυματικού Μέρους: 14 ώρες και θα διεξαχθεί σε 2 ημέρες

Διάρκεια Ενδοεπιχειρησιακού Μέρους: Επίσκεψη των εκπαιδευτών διάρκειας τεσσάρων (4) ωρών στην κάθε συμμετέχουσα εταιρεία.

Γλώσσα Διδασκαλίας: Ελληνικά

Γλώσσα Σημειώσεων (Handouts): Αγγλικά

Αρχικό Κόστος προγράμματος ανά συμμετέχοντα: €1530 - **100% Επιχορήγηση από ΑναΔ**

Το πρόγραμμα επιχορηγείται εξ' ολοκλήρου από την ΑναΔ.
ΔΕΝ υπάρχει οποιαδήποτε οικονομική επιβάρυνση για τις επιχειρήσεις / οργανισμούς.

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



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.**

Εκπαιδευτές

Το Επιμορφωτικό πρόγραμμα θα διδάξουν οι εμπειρογνώμονες **Δρ. Elie Wakil και κ. Ανδρέας Χριστόπουλος.**



Ο Δρ. Elie Wakil (Ελί Γουακίλ), είναι ένας πεπειραμένος εκπαιδευτής και σύμβουλος ανθρώπινου δυναμικού με υπηρεσία πέραν των 38 χρόνων. Εργάστηκε στην Ελβετική Φαρμακευτική Εταιρεία, F. Hoffmann-La Roche Ltd., ως Διευθυντής Εκπαίδευσης Προσωπικού από το 1986 μέχρι το 2004 και είχε υπό την εποπτεία του πολλά παραρτήματα της εταιρείας αυτής σε διάφορες χώρες του κόσμου. Σε συνεργασία με το ΚΕΒΕ από το 2008 έχει διευθύνει και παρουσιάσει προγράμματα ζωτικής σημασίας με μεγάλη επιτυχία, όπως το «BRAND EXPERIENCE MANAGEMENT», το «EMPLOYEE EXPERIENCE MANAGEMENT», «EMPLOYEE ENGAGEMENT» κ.α.

Ο Ανδρέας είναι ο Διευθυντής Μέσης Ανατολής του MASMI Research Group. Έχει μακροετή εμπειρία ως σύμβουλος ερευνών marketing και είναι εγκεκριμένος εκπαιδευτής ζωτικής σημασίας από τη ΑναΔ από το 2008. Ειδικεύεται σε προγράμματα stakeholder engagement για εργαζομένους, πελάτες και άλλους stakeholders. Στο ρόλο του ως σύμβουλος και εκπαιδευτής, ο Ανδρέας έχει σχεδιάσει και παρουσιάσει προγράμματα ζωτικής σημασίας για το ΚΕΒΕ, όπως το «BRAND EXPERIENCE MANAGEMENT», το «EMPLOYEE EXPERIENCE MANAGEMENT», «EMPLOYEE ENGAGEMENT» κ.α.





Δηλώσεις Συμμετοχής

Οι ενδιαφερόμενοι παρακαλούνται όπως συμπληρώσουν **ηλεκτρονικά** τη σχετική δήλωση συμμετοχής πατώντας **[ΕΔΩ](#) το αργότερο μέχρι τη Δευτέρα 13 Νοεμβρίου 2023.**

Σημαντικό: Πέραν της ηλεκτρονικής δήλωσης συμμετοχής που θα συμπληρώσετε για το ΚΕΒΕ, για να θεωρείται έγκυρη η εγγραφή σας αλλά και για να μπορείτε να παρακολουθήσετε το σεμινάριο, περίπου μια εβδομάδα πριν την ημερομηνία διεξαγωγής του σεμιναρίου, θα αποσταλούν στις συμμετέχουσες εταιρείες περισσότερες πληροφορίες καθώς και ο αριθμός εφαρμογής του προγράμματος τον οποίο θα χρησιμοποιείτε για να κάνετε την εγγραφή σας στο σεμινάριο και μέσω της ψηφιακής πλατφόρμας «ΕΡΜΗΣ».

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

ΓΕΝΙΚΗ ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Οι επιχειρήσεις /οργανισμοί που επιθυμούν να συμμετέχουν σε επιμορφωτικά προγράμματα επιχορηγημένα από την ΑΝΑΔ, εάν δεν το έχουν ήδη κάνει, θα πρέπει **απαραιτήτως** να προχωρήσουν **άμεσα** με την **εγγραφή τους στη ψηφιακή πλατφόρμα «ΕΡΜΗΣ»** (<https://ermis.anad.org.cy/>):

1. Εγγραφή υποψηφίων για συμμετοχή στο μητρώο της ΑΝΑΔ ως φυσικά πρόσωπα.
2. Εγγραφή εταιρείας στο μητρώο της ΑΝΑΔ ως νομικό πρόσωπο.
3. Υποβολή αιτήματος εταιρείας για την απόκτηση του ρόλου «Εργοδότης».
4. Σύνδεση υποψηφίων για συμμετοχή με τον εργοδότη τους, με κωδικό εξουσιοδότησης που τους παρέχει ο εργοδότης.

Η πιο πάνω διαδικασία εγγραφής της επιχείρησης/οργανισμού ως Νομικό πρόσωπο, καθώς και των Φυσικών προσώπων στον «ΕΡΜΗΣ» γίνεται μόνο μια φορά.

Για περισσότερες πληροφορίες / διευκρινίσεις μπορείτε απευθυνθείτε στο αρμόδιο τμήμα της ΑΝΑΔ, τηλ. 22390300 (ext.2).



ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΔΕΥΤΕΡΑ 20/11/2023 (Ημέρα 1^η)

- 08:30-09:00 (00:30) Introduction and Objectives
- Introducing the delegates
 - Expectations of the delegates
- 09:00-10:30 (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
- 10:30 -10:45 (00:15) COFFEE BREAK
- 10:45-11:45 (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
- 11:45-13:00 (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
- 13.00-14.00 LUNCH
- 14.00-15.30 (1:30) The Buyer/Customer Journey
- Buyer Journey the Customer Journey and Brand Experience
 - Moments of truth
 - The airline case study
- 15.30-15.45 (0:15) COFFEE BREAK
- 15.45-17.00 (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



ΤΡΙΤΗ 21/11/2023 (Ημέρα 2^η)

-
- 08:30-09:30 (01:00) First day overview group work
- **Summary and feedback**
 - **Prepare presentation for day 1 learning points**
 - **Plenum discussion**
- 09:30-10:30 (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**
- 10:30-10:45 (00:15) COFFEE BREAK
- 10:45-12:30 (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)
 1. **Build on Case 1 to develop a process mapping diagram**
 2. **Identify importance of responsibilities and organisational collaboration in delivering the required brand experience**
 - **Plenum discussion on key learnings**
- 12:30-13:30 (1:00) LUNCH
- 13:30-14:30 (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**
- 14:30-15:00 (0:30) The use of technology as an enabler
- **Creating responsibility and accountability across the organisation**
- 15:00-15:15 (0:15) COFFEE BREAK
- 15:15-16:00 (0:45) Causes of failure in implementing a Brand Experience program
- **Group work: discuss possible causes of failure within your own system**
- 16:00-16:30 (0:30) Company readiness
- **The dimensions**
 - **Individual exercise to evaluate own company readiness**
 - **Plenum discussion**
- 16:30-17:00 (0:30) Follow up workshop
- **Explanation and homework**
 - **Discussion**
 - **Closing remarks**