



ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ & WORKSHOP/ΒΙΩΜΑΤΙΚΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ

ΕΞΥΠΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΛΑΤΟΛΟΓΙΟ

Προσαρμοσμένο στις προσωπικές ανάγκες και δυνατότητες κάθε συμμετέχοντα

Εισηγήτρια: Γωγώ Παπαδοπούλου. Πληροφορίες www.SystemicLifeCoach.gr

Απευθύνεται : Σε κάθε έναν που ασχολείται με την πώληση και την παροχή υπηρεσιών, είτε είναι ιδιοκτήτης είτε στέλεχος πωλήσεων

Σκοπός: Να εξοικειωθούν οι συμμετέχοντες με τις επαγγελματικές δημόσιες σχέσεις που μπορεί να εφαρμοστούν από τον κάθε έναν προσωπικά προκειμένου να ενισχύεται η αξιοπιστία του προς το πελατολόγιό του

Στόχοι: Με την ολοκλήρωση του σεμιναρίου οι εκπαιδευόμενοι

- Θα έχουν εξοικειωθεί με τις βασικές έννοιες και τα οφέλη που προκύπτουν από τις Δημόσιες Σχέσεις στην ενεργοποίηση και συντήρηση του πελατολογίου
- Θα είναι σε θέση να καταρτίζουν ένα αποτελεσματικό σχέδιο ΔΣ προσαρμοσμένο στις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες του πελατολογίου τους θα είναι ικανοί να εποπτεύσουν και να συμβάλλουν στη διοργάνωση εκδηλώσεων για την ενίσχυση των προσωπικών επαφών με τους πελάτες
- Θα έχουν έλθει σε επαφή με τις δυνατότητες ΔΣ που προσφέρει το internet (όχι τεχνικές πληροφορίες)
- Θα έχουν τη δυνατότητα να εφαρμόσουν κατευθυνόμενα τις τεχνικές της επικοινωνίας που ενισχύουν την αξιοπιστία και βελτιώνουν το 'προφίλ' του πωλητή
- Θα ενισχύσουν την αξιοπιστία τη δική τους και της εταιρίας κατά τη διαδικασία παρουσιάσεων που υλοποιούν σε κοινό ή σε μεμονωμένους πελάτες

Τρόπος: μέσα σε ένα ομαδικό και δημιουργικό πνεύμα που αναπτύσσεται μεταξύ των συμμετεχόντων, θα δημιουργηθούν συνθήκες προσομοίωσης και οι εκπαιδευόμενοι θα αποκτήσουν βιωματικές εμπειρίες συμμετέχοντας σε παιχνίδια ρόλων, βιντεοσκόπηση και ανάλυση των αποτελεσμάτων μελέτη σεναρίων και επίλυση ασκήσεων και προβληματισμών.

Θεματικές ενότητες - περιεχόμενα:

- Ποιος είναι ο στόχος των Δ. Σχέσεων και ποια η διαφορά του από το marketing και τη διαφήμιση
- Η ευγένεια και η καλή συμπεριφορά δεν είναι δημόσιες σχέσεις. Είναι τα αυτονόητα. Ο ανταγωνισμός όμως κάνει κάτι περισσότερο
- Η στρατηγική των επαγγελματικών Δ. Σχέσεων
 - Στρατηγική του πωλητή
 - Στρατηγική των εταιριών για την υποστήριξη των πωλητών της
- Τα εργαλεία των Δ. Σχέσεων του πωλητή
 - Διαμόρφωση αξιόπιστης προσωπικότητας
 - Αρχεία, πελατολόγια και απλή αξιοποίηση αυτών
 - Προσωπικά αντικείμενα με προσωπικό στυλ
 - Εκδηλώσεις Δ. Σχέσεων.
 - Οργάνωση - χώροι,

- Ενέργειες μετά την εκδήλωση
- Δημόσιες σχέσεις και internet
- Παρουσιάσεις σε κοινό και υποστήριξη του αξιόπιστου προφίλ του πωλητή, της εταιρίας και του προϊόντος