

Νέο Διοικητικό Συμβούλιο για το Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών

Την Τρίτη, 10 Ιουνίου 2014, στο Ξενοδοχείο King George, συνήλθαν, μετά από πρόσκληση, τα μέλη του Ελληνικού Ινστιτούτου Εξυπηρέτησης Πελατών σε Τακτική Γενική Συνέλευση και για τη διενέργεια Αρχαιρεσιών Ανάδειξης νέου Διοικητικού Συμβουλίου. Ειδικότερα, προσήλθαν 47 ταμειακώς ενήμερες εταιρείες - μέλη του ΕΙΕΠ και έχοντας τη νόμιμη απαρτία της Γενικής Συνέλευσης, ξεκίνησε η συζήτηση των θεμάτων της ημερήσιας διάταξης.

Θέματα Ημερήσιας Διάταξης:

Εκλογή Προεδρείου Γενικής Συνέλευσης, εκλογή Εφορευτικής Επιτροπής, έκθεση Πεπραγμένων Δ.Σ., Οικονομικός Απολογισμός, παρουσίαση Έκθεσης από Ελεγκτική Επιτροπή, απαλλαγή Δ.Σ., παρουσίαση υποψηφίων, εκλογές Ανάδειξης Νέου Δ.Σ. και Ελεγκτικής Επιτροπής.



Ξενοδοχείο King George

Η σύνθεση του Δ.Σ. για τη χρονική περίοδο 2014 - 2016, διαμορφώνεται ως εξής:

Θέση	Εταιρεία	Ονοματεπώνυμο	Τίτλος θέσης
Πρόεδρος	Αττικές Διαδρομές	Frank Thibaut	Διευθυντής Διοδίων, Εμπορικής Διαχείρισης και Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης Πελατών
Αντιπρόεδρος	Response	Αρτέμης Μυρόπουλος	Partner Response, Διευθύνων Σύμβουλος Linkage
Γενικός Γραμματέας	Ομάδα Αιγαίου	Δημήτρης Γεωργόπουλος	Γενικός Γραμματέας Δ.Σ.
Ταμίας	Praktiker	Ιωάννης Μποζοβίτης	Sales & Human Resources Director
Μέλος	Goody's	Γιώργος Βασιλαράς	Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής - Διεθνείς Δραστηριότητες, Όμιλος Εστίασης Goody's Everest
Μέλος	ManpowerGroup	Βενετία Κουσία	Πρόεδρος & Διευθύνουσα Σύμβουλος
Μέλος	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών	Γιώργος Πανηγυράκης	Καθηγητής Marketing

Περιεχόμενα

Νέο Δ.Σ. για το Ελληνικό Ινστιτούτο

Εξυπηρέτησης Πελατών σελ. 1

9ο Ελληνικό Συνέδριο Κορυφής

στην Εξυπηρέτηση Πελατών σελ. 2

Καλωσορίζουμε 1 νέο Μέλος

στο ΕΙΕΠ σελ. 5

Ως αναπληρωματικοί προκρίθηκαν:

- Η εταιρεία "Mellon Technologies" με εκπρόσωπο τον κ. Άγγελο Αγγελίδη.
- Η εταιρεία "Infoassist" με εκπρόσωπο τον κ. Τάσο Μιχαλόπουλο.

Ως μέλη της Ελεγκτικής Επιτροπής, προσφέρθηκαν και ανέλαβαν κατόπιν εγκρίσεως της Γενικής Συνέλευσης:

- Η εταιρεία "Eurobank Ergasias" με εκπρόσωπο τον κ. Κωνσταντίνο Βουγιούκα.
- Η εταιρεία "Kosmocar" με εκπρόσωπο τον κ. Χρήστο Δράκο.
- Η εταιρεία "ΟΤΕ Ασφάλιση" με εκπρόσωπο τον κ. Παναγιώτη Ρογάρη.

360° Customer Value Perception



Maroussi Plaza

Με μεγάλη επιτυχία πραγματοποιήθηκε το 9ο Ελληνικό Συνέδριο Κορυφής για την Εξυπηρέτηση Πελατών, που διοργάνωσε το Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών (ΕΙΕΠ) σε συνεργασία με την Bousias Communications στο Maroussi Plaza, στις 24 Ιουνίου 2014. Περισσότερα από 200 στελέχη επιχειρήσεων της ελληνικής αγοράς, από διαφορετικούς κλάδους, αλλά με κοινό στόχο τη δημιουργία αξίας για τον πελάτη και την επιχείρηση, παρακολούθησαν τις εργασίες με αμείωτο ενδιαφέρον και συμμετείχαν ενεργά στο διάλογο με τους ομιλητές και τους πανελίστες του συνεδρίου, το οποίο είχε ως κεντρικό θέμα **“360° Customer Value Perception”**.

Επί του θέματος κλήθηκαν να καταθέσουν τις απόψεις και τις εμπειρίες τους καταξιωμένα στελέχη της ελληνικής αγοράς και όχι μόνο.

Τις εργασίες του συνεδρίου άνοιξε ο κ. **Δημήτρης Γεωργόπουλος**, Γενικός Γραμματέας του Δ.Σ. της **Ομάδας Αιγαίου** και Business Development Advisor & Executive Coach, ο οποίος κάνοντας μια μικρή αναδρομή στα 10 χρόνια δράσης που έχει αναπτύξει ο φορέας από την ίδρυσή του μέχρι σήμερα, τόνισε τον κεντρικό στόχο του συνεδρίου, που δεν ήταν άλλος από το να παρουσιαστούν νέες ιδέες και πρακτικές κατευθύνσεις,

οι οποίες θα συμβάλουν στην προσπάθεια ενδυνάμωσης των σχέσεων των επιχειρήσεων με τους πελάτες.



Δημήτρης Γεωργόπουλος, Business Development Advisor & Executive Coach, Γενικός Γραμματέας Δ.Σ., Ομάδα Αιγαίου

“Το μέλλον της Εξυπηρέτησης του Πελάτη στις νέες συνθήκες”

Τον κύκλο των παρουσιάσεων άνοιξε ο κ. **Γεώργιος Πανηγυράκης**, Καθηγητής Marketing στο **Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών** και η κ. **Άννα Ζαρκάδα**, Επίκουρη Καθηγήτρια στο **Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών**, στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Κατά την ομιλία τους με θέμα «Το μέλλον της Εξυπηρέτησης του Πελάτη στις νέες συνθήκες» ανέλυσαν θέματα όπως :

- Από την έρευνα αγοράς στην αντίληψη της αγοράς.
- Από την υπερβολική κατανάλωση στη συνειδητή κατανάλωση.
- Από πιεστικές συνθήκες εργασίας

σε κανονικές συνθήκες.

- Έμφαση στην ενσυναίσθηση.

Μιλώντας για τη σύγχρονη έρευνα, τόνισαν πως περνά πλέον σε τρισδιάστατα μοντέλα, προσφέροντας όχι μόνο απλά δεδομένα, αλλά ουσιαστική πρόσβαση στη γνώση, για την ανακάλυψη των πραγματικών αναγκών των πελατών και την υψηλή εξυπηρέτηση.

Τόνισαν δε, τη σημασία της κατανόησης της αγοράς (market sensing), δηλαδή τη δυνατότητα να μπορεί κανείς να αντιληφθεί καταστάσεις πέρα και πίσω από τους ανθρώπους, τα νούμερα και τις διαδικασίες.

Έρευνα έχει δείξει πως το 80% των CEO' s πιστεύουν ότι οι εταιρείες τους κάνουν καλή δουλειά στην εξυπηρέτηση πελατών, ωστόσο μόνο το 8% των πελατών συμφωνεί. Η αναθεώρηση του τρόπου σκέψης είναι σημαντική και καθοριστική.

Στη συνέχεια, έγινε ανάλυση του όρου της ενσυναίσθησης, της συναισθηματικής ταύτισης δηλαδή με ένα άλλο άτομο, και πιο συγκεκριμένα, η αναγνώριση και η κατανόηση της θέσης, του συναισθήματος, των σκέψεων ή της κατάστασης του άλλου. Η στιγμιαία απομάκρυνση/ αποστασιοποίηση από τα δικά μας συναισθήματα αποτελεί προϋπόθεση για τη δημιουργία δημιουργικών σχέσεων.

Τέλος, αναφερόμενοι στο αίτημα επαναπροσδιορισμού του οράματος των επιχειρήσεων, τόνισαν την αξία της μαθητείας στην αρχαία ελληνική φιλοσοφία, που φέρνει στο επίκεντρο τον άνθρωπο.



Γεώργιος Πανηγυράκης, Καθηγητής Marketing και **Άννα Ζαρκάδα**, Επίκουρη Καθηγήτρια, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

“The Future of Customer Service”



Cate Trotter, Founder & Head of Trends, Insider Trends

Η κ. Cate Trotter, Founder & Head of Trends, Insider Trends, στην παρουσίασή της με θέμα “The future of Customer Service”, μίλησε για τη μετάβαση από το «customer service teams», στο «customer success teams», μέσω της διασποράς της γνώσης στο σύνολο της επιχείρησης. Ανέπτυξε, τόσο τις διαφορετικές πτυχές που περιλαμβάνει το επιτυχημένο customer service, όσο και την ειδική βαρύτητα που προσδίδεται πλέον στις εξατομικευμένες πρακτικές που εφαρμόζονται για την καλύτερη και αποτελεσματικότερη εξυπηρέτηση του πελάτη.

Παρουσίασε επίσης συγκεκριμένα παραδείγματα μικρών και μεγάλων brands, τα οποία, με ευφυή τρόπο, ακόμη και με μικρό κόστος, καταφέρνουν να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των πελατών, καλύπτοντας τις τρέχουσες και μελλοντικές ανάγκες τους.

“CUSTOMER SERVICE 2.0 - The new service world!”



Nick Sohnmann, Ιδρυτής και Managing Director, Futurecandy & Διευθυντής InnoLab, Hamburg Media School

Ο κ. Nick Sohnmann, Ιδρυτής και Managing Director, Futurecandy & Διευθυντής InnoLab, Hamburg Media

School παρουσίασε το θέμα, “CUSTOMER SERVICE 2.0 - The new service world”.

Στη συγκεκριμένη παρουσίαση, επισημάνθηκαν οι νέες μέθοδοι που έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούνται διεθνώς με σκοπό τη δημιουργία ξεχωριστών/ πρωτοποριακών εμπειριών στην εξυπηρέτηση του πελάτη και την ικανοποίηση των αναγκών του. Αναδείχθηκαν οι δυνατότητες που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες, καθώς η συμβολή τους γίνεται πλέον ολοένα και πιο απαραίτητη στην προσφορά αποτελεσματικότερου customer service. Συγκεκριμένα, εντυπωσίασε με την παρουσίαση νέων τεχνολογιών και gadgets, που θα έπρεπε να τολμήσουν οι επιχειρήσεις να δοκιμάσουν, έστω και πιλοτικά, για να προκαλέσουν τον εντυπωσιασμό των πελατών, αλλά και να αποκομίσουν χρήσιμα στοιχεία σχετικά με τις ανάγκες τους.

Παράλληλα, έδωσε τη δυνατότητα σε όσους ενδιαφέρονταν να πάρουν μια γεύση από το μέλλον, δοκιμάζοντας τα πρωτοποριακά γυαλιά Google Glass!

“The Hidden Power of the Customer”



Φώτης Βασιλείου, Managing Director, Business Development & Strategy, White Space

Στη συνέχεια ο κ. Φώτης Βασιλείου, Managing Director, Business Development & Strategy, White Space, ανέπτυξε το θέμα, “The Hidden Power of the Customer”.

Οι περισσότερες εταιρείες, μεγάλες και μικρές, προσπαθούν χρόνια τώρα, να αναπτύξουν ένα customer service το οποίο θα ενθουσιάσει τον πελάτη και θα του δώσει μια πραγ-

ματική εμπειρία.

Παρά τις προσπάθειες, τα αποτελέσματα δεν είναι ικανοποιητικά για τις περισσότερες εταιρείες, καθώς δομές, χρόνιες διαδικασίες και στόχοι των stakeholders εμποδίζουν την προσπάθεια εν τη γενέσει. Αυτό που τελικά συμβαίνει είναι, μέσω επιπλέον διαδικασιών, να προσπαθούμε να χτίσουμε ένα customer experience σε «θεμέλια» που δεν συμπεριλαμβάνουν ουσιαστικά τον ίδιο τον πελάτη ή τον βλέπουν ως παθητικό καταναλωτή.

Για να μιλάμε λοιπόν για customer experience θα πρέπει:

- Να ξεχάσουμε τον πελάτη/ καταναλωτή.
- Να δούμε τον πελάτη/ δημιουργό.
- Να προσαρμόσουμε τον κώδικα επικοινωνίας μας σε όλα τα επίπεδα διαφημιστικό/ branding στα νέα δεδομένα.
- Να μιλήσουμε σε ένα ανώτερο επίπεδο, πιο ανθρώπινο.
- Να αλλάξουμε τον τρόπο μετάδοσης των μηνυμάτων μας από θεοκρατικό (brand driven) σε «οικουμενικό».
- Να αναγνωρίσουμε τις δυνάμεις του ανθρώπου/ δημιουργού και να τις αξιοποιήσουμε δυναμικά.

Η αξιοποίηση αυτής της δυναμικής μπορεί να βοηθήσει:

- Στη συνδημιουργία ενός μοναδικού customer experience (co-creation).
- Στην ανάπτυξη πραγματικών καινοτομιών (innovation).
- Στην ανάπτυξη love mark - Zapros (case study).

Η νέα δυναμική του πελάτη απαιτεί και νέες δομές για τις εταιρείες, ώστε να αποφύγουν τις αρνητικές συνέπειες, εξαιτίας ενός κακού customer service.

Τέλος, τόνισε ότι υπάρχει μια επίσης κρυφή δύναμη, αυτή των εργαζομένων μας, που για να την αξιοποιήσουμε θα πρέπει να επαναπροσδιορίσουμε ριζικά την οπτική μας και να τους δούμε και αυτούς ως ανθρώπους/ δημιουργούς.

Για να γίνει αυτό, μερικά από τα βασικά και ουσιώδη συστατικά της συνταγής της επιτυχίας είναι:

- Κοινό μερίδιο σε κοινούς στόχους.
- Απόκτηση και διαχείριση των ταλέντων.
- Ανάπτυξη κουλτούρας άφοβων ανθρώπων.

Εξασφαλίζοντας τα παραπάνω βασικά και ουσιώδη, εξασφαλίζουμε και την απόλυτη επικοινωνία ανθρώπων/ δημιουργών. Και τότε, μαγικά πράγματα μπορούν να συμβούν...

“Phenomenal Customer Service Is Not An Illusion”



Κωνσταντίνος Καρυπίδης, Artist, Consultant, Inspirational Speaker

Ο κ. Κωνσταντίνος Καρυπίδης, Artist, Consultant, Inspirational Speaker, παρουσίασε μια μαγική διαδραστική προσέγγιση της επικοινωνίας με τον πελάτη, αναφέροντας χαρακτηριστικά τα εξής:
«Είμαστε όλοι άνθρωποι. Όλοι. Μπορεί να έχουμε διαφορετικές συνήθειες και γούστα, αλλά έχουμε τις ίδιες ανάγκες. Στην προσπάθειά σας να παρέχετε εκπληκτική εξυπηρέτηση πελατών ή να εκπαιδεύσετε εκείνους που το κάνουν, προσπαθήστε να μην ξεχνάτε ποτέ ότι απέναντί σας βρίσκεται κάποιος που σας μοιάζει πολύ περισσότερο από όσο πιστεύετε και που έχει ακριβώς τις ίδιες ανάγκες με εσάς.

Ανάγκη για:

- Ασφάλεια.
- Ανασφάλεια (με την έννοια του πλουραλισμού).
- Επικοινωνία - Αγάπη.
- Σημαντικότητα (η αίσθηση πως αυτό που είναι, και κατ' επέκταση αυτό που κάνει, έχει σημασία,

αξία).

- Ανάπτυξη/ Εξέλιξη.
- Προσφορά.

Την επόμενη φορά, που θα έχετε την ευκαιρία να αλληλεπιδράσετε με κάποιον εκπρόσωπο του είδους μας, θυμηθείτε ότι το μόνο που προσπαθεί, ανεξάρτητα από τις μεθόδους και τους τρόπους με τους οποίους έχει μάθει να το κάνει, είναι να ικανοποιήσει μία ή περισσότερες από τις παραπάνω έξι ανάγκες. Τίποτα περισσότερο, τίποτα λιγότερο.

Πέραν των παραπάνω, είναι χρήσιμο να έχετε κατά νου πως αν επιθυμείτε να γίνετε “World Class” σε αυτό που κάνετε, υπάρχουν τέσσερα κομμάτια που ολοκληρώνουν το puzzle:

- Όραμα - Raised Standards.
- Πεποιθήσεις.
- Διαχείριση των States of Mind.
- Στρατηγικές.

Εκείνο που επηρεάζει σε τεράστιο βαθμό την απόδοσή σας, είναι τα states of mind στα οποία βρίσκεστε μέρα με τη μέρα, και τα οποία εξαρτώνται από τρεις παραμέτρους:

- Φυσιολογία.
- Εστίαση.
- Γλώσσα.

Αν αλλάξετε οποιαδήποτε από αυτές τις παραμέτρους, αλλάζει το state σας και ως εκ τούτου η απόδοση και τα αποτελέσματά σας.

Οι επιχειρήσεις είναι μία «ουτοπία». Είναι ένας κόσμος που έχει τους δικούς του κανόνες και νόμους.

Θεωρώ, ότι οι επαγγελματίες της εξυπηρέτησης πελατών θα πρέπει να προσλαμβάνονται περισσότερο βάσει των χαρακτηριστικών και λιγότερο βάσει των προσόντων τους. Εκπαιδεύστε τους ανθρώπους σας να σας ζητούν συγγνώμη αν χρειαστεί, επειδή έκαναν κάποιο λάθος και όχι άδεια για να παρέχουν κάτι σπουδαίο στον πελάτη σας.

Βεβαιωθείτε ότι, όποιος έρχεται σε επαφή μαζί σας, φεύγει με μία αίσθηση «ανάπτυξης», ακόμα και αν αυτό σημαίνει απλά ένα χαμόγελο. Μην προσπαθείτε να βρείτε φανταστικές ιδέες. Υιοθετήστε τη λογική της φανταστικής εκτέλεσης. Μην επιμένετε στην εφαρμογή εκεί-

νου που έχετε δει ότι δεν δουλεύει. Στρέψτε δυνάμεις και πόρους προς νέες κατευθύνσεις. Είστε καλλιτέχνες. Δημιουργήστε και μην ξεχνάτε πως κανένα σχέδιο δεν επιβιώνει στην πρώτη του επαφή με τον πελάτη, οπότε φροντίστε να περνάτε καλά στη δουλειά σας. Πολύ καλά, για την ακρίβεια.

Have fun and deliver phenomenal customer service».

CEO πάνελ



Δημήτρης Παπανικητόπουλος, Linkage Greece & Response, Τιμ Ανανιάδης, Ξενοδοχείο Μεγάλη Βρεταννία, Νικόλαος Νέγκας, T.G.I. Friday's & GBK Ελλάδος, Μιχάλης Ρούσσος, Όμιλος ISS, Στήβεν Σίρτης, Kosmocar

Μία ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα συζήτηση έγινε μεταξύ των συμμετεχόντων του πάνελ, κ. Τιμ Ανανιάδη, Γενικού Διευθυντή και Διευθύνοντα Συμβούλου, Ξενοδοχείο Μεγάλη Βρεταννία, κ. Νικόλαου Νέγκα, Managing Director, T.G.I. Friday's & GBK Ελλάδος, κ. Μιχάλη Ρούσσου, Προέδρου & Διευθύνοντα Συμβούλου, Όμιλος ISS και κ. Στήβεν Σίρτη, Γενικού Διευθυντή, Kosmocar.

Τη συζήτηση συντόνισε ο κ. Δημήτρης Παπανικητόπουλος, Πρόεδρος, Linkage Greece & Διευθύνων Σύμβουλος, Response.

Οι συμμετέχοντες αναφέρθηκαν στις νέες τάσεις και τις σύγχρονες πρακτικές στην Εξυπηρέτηση Πελατών και εξέφρασαν τις απόψεις τους σχετικά με το πώς μεταφέρουν, σε όλες τις βαθμίδες και σε κάθε δραστηριότητα της επιχείρησης, το στόχο για διαφοροποίησή τους από τον ανταγωνισμό.

Ιδιαίτερη αναφορά έγινε από όλους τους συμμετέχοντες στην ανάγκη υποστήριξης του ηθικού των ανθρώ-

πων τους σε όλες τις βαθμίδες, ώστε να ενδιαφέρονται πραγματικά για τους Πελάτες και να τους παρέχουν ουσιαστική εμπειρία εξυπηρέτησης.

360° Closing



Δρ. Γιάννης Καλογεράκης, Διευθύνων Σύμβουλος, JMK Ltd

Το κλείσιμο του Συνεδρίου έκανε ο Δρ. Γιάννης Καλογεράκης, Διευθύνων Σύμβουλος, JMK Ltd.:

«Κορυφαίοι επιστήμονες και υψηλά στελέχη της αγοράς, επαναπροσδιόρισαν την έννοια της ποιοτικής εξυπηρέτησης και έφεραν στους συνέδρους ό,τι νεώτερο υπάρχει από

πλευράς ακαδημαϊκής, τεχνολογικής αλλά και εμπειρικής προσέγγισης.

Καινοτόμοι όροι και θεωρίες όπως, “από το Marketing στο Societing”, “Proactive customer service”, “από το Customer service στο Customer success”, “από το Customer Service στο Customer Experience”, αλλά και νέες τεχνολογίες, gadgets, τάσεις και επιρροές από τα social media, κατατέθηκαν από τους ομιλητές και πραγματικά τάραξαν τα νερά. Αν πρέπει να κρατήσουμε όμως ένα κεντρικό σημείο από το συνέδριο, αυτό συνοψίζεται σε μία λέξη: **ΑΝΘΡΩΠΟΣ!**

Ο άνθρωπος στο κέντρο της προσοχής και στην υπηρεσία αυτού όλες οι τεχνικές, οι φόρμουλες, οι συνταγές και οι καινοτομίες. Οι διευθυντές, οι υπάλληλοι και οι πελάτες έχουν ένα κοινό χαρακτηριστικό: είναι άνθρωποι, έχουν ανάγκες, συναισθήματα, αδυναμίες, ταλέντα, προσδοκίες. Και σε όλα αυτά πρέπει να

εντρυφήσει και να απαντήσει η σύγχρονη πλέον επιστήμη του Customer Service.

Ο πελάτης δεν έχει πάντα δίκιο. Ο πελάτης συχνά, δεν γνωρίζει τι ακριβώς χρειάζεται. Ο πελάτης είναι άνθρωπος με ιδιαιτερότητες, ικανότητες και αδυναμίες και εμείς έχουμε την ευθύνη να τον ενημερώσουμε, συμβουλευόμαστε, κατευθύνουμε και πληροφορήσουμε σωστά.

Και αυτό είναι, όχι πια το Πελατοκεντρικό, αλλά το Ανθρωποκεντρικό Customer Service της νέας εποχής.»



Maroussi Plaza

Ευχαριστούμε θερμά τις εταιρείες:



Καλωσορίζουμε 1 νέο Μέλος στο ΕΙΕΠ



Founded in 1875, DERE - The American College of Greece is an independent, not for profit educational institution, accredited by the New England Association of Schools and Colleges (NEASC).

It also has a validation agreement with The Open University of the UK, offering students the advantage to acquire both an American degree and a British honors award within the typical framework for US undergraduate degrees.

DEREE offers 21 Bachelor's degree programs through three schools: School of Liberal Arts and Sciences, School of Business, and

Frances Rich School of Fine and Performing Arts.

Moreover, DERE Graduate School of Arts and Sciences offers graduate programs leading to MA, MS, MSc and MBA degrees.

Located on a breathtaking hillside at the edge of Athens, DERE campus is the ideal educational environment, with state-of-the-art technology and athletic facilities, smart classrooms, on-site theaters, the ACG Art Gallery, and one of Europe's largest private college libraries.

DEREE helps students achieve their aspirations, by offering unique academic opportunities.

- Every year, more than 150 internships in world leading com-

panies both in Greece and abroad, are made available to DERE students.

- **Parallel to Greek University Studies** are being offered to Greek public university students who wish to adequately equip themselves for future career challenges.
- **€3.0 million financial for 2014 - 2015:** Through scholarships and financial aid programs, DERE supports and encourages young people to pursue their dreams.
- DERE guarantees its students **stable tuition** for 4 years of studies.

Ιδιοκτησία
Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών
Αρχισυνταξία & Επιμέλεια Έκδοσης
Διοικητική Ομάδα