

7ο Ελληνικό Συνέδριο Κορυφής στην Εξυπηρέτηση Πελατών

Customer Service - Managing a Challenging Future



Με μεγάλη επιτυχία πραγματοποιήθηκε το 7ο Ελληνικό Συνέδριο Κορυφής στην Εξυπηρέτηση Πελατών, που διοργάνωσε το Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών (ΕΙΕΠ) σε συνεργασία με την **Bousias Communications** και έλαβε χώρα στο Ξενοδοχείο Intercontinental στις 18 Δεκεμβρίου 2012. Περισσότερα από 200 στελέχη της ελληνικής αγοράς παρακολούθησαν το συνέδριο και συμμετείχαν ενεργά στο διάλογο με τους ομιλητές και τους πανελίστες του συνεδρίου, το οποίο είχε ως κεντρικό θέμα: “Customer Service - Managing a challenging future”.

Πάνω σε αυτό το θέμα κλήθηκαν να

καταθέσουν τις απόψεις και τις εμπειρίες τους καταξιωμένα στελέχη της ελληνικής αγοράς και όχι μόνο. Ο κ. Γιώργος Βασιλαράς, Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου του ΕΙΕΠ και Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής της Goody's, καλωσόρισε τους συμμετέχοντες, κηρύσσοντας παράλληλα την έναρξη των εργασιών του συνεδρίου, ενώ η κ. **Μάρθα Καμπύλη**, Διευθύντρια Marketing και Επικοινωνίας της Mercedes-Benz Ελλάς, ανέλαβε το γενικό συντονισμό του συνεδρίου.



Μάρθα Καμπύλη,
Διευθύντρια Marketing και Επικοινωνίας
Mercedes-Benz Ελλάς, Συντονίστρια Συνεδρίου

Dr. Morris Pentel
Customer Experience Foundation

“Creating Positive Experiences in Negative Situations - best practices and valuable insights”

Πρώτος ανέβηκε στο βήμα ο Dr. Morris Pentel, Ιδρυτής και Πρόεδρος του Customer Experience Foundation.

Ο Dr. Morris Pentel έρχεται καθημερινά αντιμέτωπος με τα ερωτήματα, τους προβληματισμούς και τις αγωνίες τόσο των Customer Service Directors, όσο και των στελεχών πρώτης γραμμής των τμημάτων Customer Service, όπως:

- Πώς διαχειρίζεστε πελάτες που δεν αντέχουν άλλο, σε μια οικονομία που δεν αντέχει άλλο;

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- 7ο Ελληνικό Συνέδριο Κορυφής στην Εξυπηρέτηση Πελατών
- Καλωσορίζουμε 1 Νέο Μέλος
- 5η Εθνική Εβδομάδα Εξυπηρέτησης Πελατών



Dr. Morris Pentel, Ιδρυτής και Πρόεδρος Customer Experience Foundation

- Πώς διαπραγματεύεστε με πελάτες σε καθυστέρηση πληρωμών ή εξόφλησης;
- Με ποιους τρόπους να σταθείτε δίπλα σε μια οργάνωση τραυματισμένη από τις μειώσεις;
- Πώς να αξιοποιήσετε trends και best practices από το εξωτερικό για να δημιουργήσετε ένα νέο όραμα, που να υποστηρίξει τις καθημερινές προσπάθειες της οργάνωσής σας το νέο χρόνο;
- Πώς να συνεχίσετε να επιδιώκετε τη δημιουργία θετικών εμπειριών των πελατών σας, σε ένα αρνητικό περιβάλλον;
- Με ποιες τεχνικές και μικρές καινοτομίες θα μπορέσετε να μετατρέψετε τις αδυναμίες της οργάνωσής σας (όπως καθυστέρηση στο χρόνο ανταπόκρισης) σε νέο όφελος των πελατών σας;
- Πώς να δικαιολογήσει κανείς μια επένδυση σε περισσότερο personalization σε εποχές σαν κι αυτές;
- Με ποιο σχεδιασμό και συντονισμό θα εξασφαλίσετε την ευθυγράμμιση των δραστηριοτήτων Customer Service με τους γενικότερους εταιρικούς στόχους Πωλήσεων και κερδοφορίας;
- Πόση έμφαση να δώσετε στην επιδίωξη Πιστότητας, πόση στη διακράτηση (customer retention) και πόση στην προσέλκυση νέων πελατών στο επόμενο Πλάνο Δράσης;
- Πώς να διατυπώσετε στόχους που να κινητοποιήσουν την οργάνωσή

σας και συνάμα να είναι εφικτοί;

- Πώς να επιλέξετε τους πελάτες τους οποίους αξίζει να επιδοτήσετε με την προοπτική μακροχρόνιας Πιστότητας;

Ο Dr. Pentel εστίασε στις τακτικές που ακολουθούνται για τη συγκρότηση μιας επιτυχημένης εταιρικής στρατηγικής σε περίοδο γενικευμένης κρίσης αλλά και τα κριτήρια που πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψιν για τη διαμόρφωσή της. Επίσης, αναφέρθηκε σε συγκεκριμένες αναφορές αναδεικνύοντας τόσο σε θεωρητικό, όσο και σε πρακτικό επίπεδο την αναγκαιότητα της διαμόρφωσης σύγχρονων πρακτικών στην εξυπηρέτηση, που αποτελούν καθοριστικό παράγοντα στην εταιρική επιβίωση σε καιρούς κρίσης. Είτε ανήκετε στον τραπεζικό κλάδο, είτε στις τηλεπικοινωνίες, είτε στο λιανεμπόριο, είτε στον ασφαλιστικό κλάδο, είτε στη Βιομηχανία, είτε στις Υπηρεσίες, ο Dr. Morris Pentel παρουσίασε στοιχεία και εμπειρίες, που είναι πολύτιμο εφόδιο στο σχεδιασμό και την υλοποίηση δράσεων για το 2013. Οι συμβουλευτικές υπηρεσίες του είναι περιζήτητες και στο πελατολόγιό του συγκαταλέγονται επιχειρήσεις όπως οι Barclays, Cable & Wireless, BT (British Telecoms), Lloyds TSB Bank, Virgin Atlantic, Accenture και Deloitte.

Ξένια Κούρτογλου Focus Bari

“Ο Έλληνας Καταναλωτής στο Κατώφλι του 2013”

Στη συνέχεια ακολούθησε η παρουσίαση της κ. Ξένιας Κούρτογλου, Πρόεδρος και Διευθύνουσα Σύμβουλος της Focus Bari.

Καταγράφοντας και ερμηνεύοντας τις βαθιές και ριζικές αλλαγές που διαδραματίζονται στη χώρα μας εδώ και τρία χρόνια, εντοπίζουμε ότι: Κατ' αρχήν η μεγάλη μεταβολή δεν είναι μόνο στην Ελλάδα, αφορά όλον τον πλανήτη, μιας και η τεχνολογία στην καθημερινότητα και τα social media έχουν φέρει τεράστιες αλλαγές στον τρόπο που οι

άνθρωποι επικοινωνούν, ενημερώνονται, αγοράζουν και τελικά... ζουν! Αλλάζει το καταναλωτικό και επιχειρηματικό μοντέλο, μετατοπίζονται οι τομείς εξειδίκευσης και βαρύτητας μέσα και έξω από τις επιχειρήσεις, καταργείται η «γεωγραφία»! Σήμερα στην Ελλάδα, οι δύο στους τρεις είναι χρήστες internet, πάνω από τα μισά νοικοκυριά διαθέτουν ευρυζωνική σύνδεση και σχεδόν ο ένας στους δύο Έλληνες έχει προφίλ σε τουλάχιστον ένα κοινωνικό δίκτυο. Παράλληλα, στην Ελλάδα η οικονομική κρίση διευρύνεται σε όλα τα επίπεδα (κρίση πολιτική, κρίση των πολιτικών, κρίση αξιών και μακρόχρονα παγιωμένων απόψεων και προτύπων): όλα αλλάζουν και επαναπροσδιορίζονται και οτιδήποτε «φάνταζε» ελκυστικό, σήμερα μοιάζει πεπαλαιωμένο.

Ήδη από το 2009/2010, οι Έλληνες καταναλωτές ξεκίνησαν τις περικοπές που σταδιακά καλύπτουν όλους τους τομείς διαβίωσης, πέρα από εκείνα που κάποτε έμοιαζαν «περιττά». Τα είδη των δαπανών επαναπροσδιορίζονται, έχοντας αφήσει στα απαραίτητα μόνο τα πολύ «βασικά» (λογαριασμοί, φόροι, τρόφιμα) και μετακυλώντας στα «εφ' όσον μπορώ» ακόμα και δαπάνες που σχετίζονται με την εκπαίδευση των παιδιών!

Σταδιακά όλοι ανεξαιρέτως έχουν κάνει περικοπές και μάλιστα σχεδόν καθολικά επειδή έχουν πραγματική πτώση της αγοραστικής τους δύναμης και του εισοδήματός τους και όχι προληπτικά. Παράλληλα, άλλαξε άρδην η νοοτροπία και η στάση απέναντι στην κατανάλωση: οι κατανα-



Ξένια Κούρτογλου, Πρόεδρος και Διευθύνουσα Σύμβουλος FOCUS BARI

λωτές σήμερα δεν ψωνίζουν, είτε επειδή δεν έχουν τα χρήματα, είτε επειδή δεν έχουν τη διάθεση. Έχουν γίνει ιδιαίτερα επιλεκτικοί, ψάχνουν πάρα πολύ για το καλύτερο “deal” ακόμα κι αν πρόκειται για μικρές αγορές και φαίνεται ότι έχει τελειώ-

σει οριστικά το «κυνήγι των αγαθών και του luxury». Τέλος, φαίνεται ότι εκτός από την καταναλωτική συμπεριφορά, οι Έλληνες πολίτες μπαίνουν σε μια νέα νοοτροπία: επιδεικνύοντας σημαντικά μεγαλύτερη ωριμότητα από τους κυβερνώντες

(νυν, πρώην, εν δυνάμει). Δίνουν μεγάλη προτεραιότητα στην εργασία, στην αποταμίευση, στην υγεία, στην οικογένεια και στην προσωπική τους ανάπτυξη, με 54% να δηλώνει ότι επιθυμεί «να πάρει την ευθύνη της ζωής του στα χέρια του»!

CEO's Πάνελ: Ανώτατα Διευθυντικά στελέχη καταθέτουν τις εμπειρίες τους, από την οργάνωση διαχείρισης πελατών και τους επικεφαλής Μάνατζερς για το κυνήγι των δεικτών και στόχων



Έντονο και δυναμικό ενδιαφέρον επέδειξαν οι τέσσερις συμμετέχοντες που πήραν μέρος στο “Panel των Γενικών Διευθυντών”, που συντόνισε ο κ. Δημήτρης Παπανικητόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος της RESPONSE S.A.

Η κ. Βενετία Κουσία, Διευθύνουσα Σύμβουλος της ManpowerGroup, ο κ. Γεώργιος Βασιλάκος, Διευθύνων Σύμβουλος της Diversey Hellas, ο κ. Παναγιώτης Κοντολέων, Γενικός Διευθυντής της G4S και ο κ. Ιωάννης Μίχος, Διευθύνων Σύμβουλος της Epsilon Net συζήτησαν τα ακόλουθα:

- Απαραίτητα συστατικά για μία πετυχημένη Σχέση με τους Πελάτες μας κατά την περίοδο της κρίσης είναι η Διαφάνεια, η Ειλικρίνεια, η Ασφάλεια, η Αξία που δίνουμε και παίρνουμε και πάνω απ’ όλα οι Αρχές και οι Αξίες που διέπουν τη Σχέση.
- Είναι απαραίτητο οι Πωλήσεις μας να είναι κερδοφόρες και για να γίνει αυτό πρέπει πρώτα εμείς να δείξουμε Συνέπεια και Άριστη Εξυ-

πηρέτηση στον πελάτη μας, προσπαθώντας πάνω απ’ όλα να τον ακούσουμε και να τον καταλάβουμε.

- Είναι πιθανόν να επαναπροσδιοριστούν οι “Όροι” της Σχέσης με τον πελάτη μας και πολλές φορές -αν και είναι απαραίτητο- να είμαστε ευέλικτοι και να προσαρμοζόμαστε στα δεδομένα της Αγοράς. Είναι πιθανόν να χρειαστεί να πάρουμε και “δύσκολες” αποφάσεις αρκεί να είναι δίκαιες.
- Σημαντικός παράγοντας επιτυχίας μας στις επιχειρήσεις είναι οι Άνθρωποί μας. Είναι απαραίτητο να επανεκτιμήσουμε το Όραμά μας, να δούμε πώς αισθάνεται ο κάθε Άνθρωπός μας ξεχωριστά, να δημιουργήσουμε ένα θετικό κλίμα Ρεαλιστικής Αισιοδοξίας και να πιστέψουμε ότι “ΜΑΖΙ θα τα καταφέρουμε”.

Για να γίνουν όλα τα ανωτέρω χρειάζεται να έχουμε σε όλες τις θέσεις, ανθρώπους που ο καθένας να είναι πραγματικός Ηγέτης στο χώρο του!



Παναγιώτης Κοντολέων,
Γενικός Διευθυντής G4S



Δημήτρης Παπανικητόπουλος
Διευθύνων Σύμβουλος,
RESPONSE S.A.



Βενετία Κουσία,
Διευθύνουσα Σύμβουλος
ManpowerGroup



Γεώργιος Βασιλάκος,
Διευθύνων Σύμβουλος
Diversey Hellas



Ιωάννης Μίχος,
Διευθύνων Σύμβουλος Epsilon Net



Γεώργιος Παναγυράκης,
Καθηγητής Οικονομικού Πανεπιστημίου
Αθηνών, Μέλος του Δ.Σ. ΕΙΕΠ

Ο κ. Γιώργος Παναγυράκης, Καθηγητής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και Μέλος του Δ.Σ. του ΕΙΕΠ, ξεκίνησε την ομιλία του με τίτλο, “Πρόταση Εκπαίδευσης ΕΙΕΠ” παρουσιάζοντας τους τομείς στους οποίους δραστηριοποιείται το ΕΙΕΠ και την ανάγκη για μια νέα δράση που θα αφορά στο κομμάτι της Εκπαίδευσης και της Πιστοποίησης, με σκοπό να καλυφθούν οι σύγχρονες ανάγκες της επιχείρησης στο τόσο

ανταγωνιστικό περιβάλλον που λειτουργεί!

Η αναγκαιότητα για Εκπαίδευση έχει να κάνει με τα εξής:

- Η σωστή εξυπηρέτηση πελάτη δεν προκύπτει, **καλλιεργείται**
- Απαιτεί την ανάπτυξη ιδιαίτερων δεξιοτήτων, ικανοτήτων και συμπεριφορών
- Υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ της επένδυσης σε εξυπηρέτηση πελατών και **Return on Investment - ROI** (έρευνα ICS, 2011)
- Τα στελέχη αναδεικνύονται σε πρωταρχικούς φορείς διοίκησης της εμπειρίας του πελάτη
- Κρίσιμο σημείο η παροχή **εξαιρετικής εμπειρίας** σε κάθε επαφή με τον πελάτη
- Απαραίτητη προϋπόθεση η **ενιαία και συνεπής** εικόνα της επιχείρησης στα μάτια του πελάτη.

Στόχος του Προγράμματος είναι η παροχή εξειδικευμένων γνώσεων για την πολυδιάστατη έννοια της εξυπηρέτησης του πελάτη. Το **όραμα** του ΕΙΕΠ είναι η δημιουργία στελεχών, τα οποία θα είναι σε θέση να μπορούν να κατανοήσουν και να **ανταποκριθούν αποτελεσματικά** στις προκλήσεις που συνεπάγεται η οργάνωση και η διοίκηση

μίας επιχείρησης.

Απώτερος στόχος του εκπαιδευτικού προγράμματος είναι να **συμβάλει θετικά στη συνολική απόδοση** της επιχείρησης και όλα αυτά με την εμπειρία και το κύρος του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Αναμενόμενα Οφέλη

- Ενημέρωση εργαζομένων σχετικά με τις νέες τάσεις σε αντικείμενα που άπτονται των καθημερινών τους δραστηριοτήτων
- Μετάδοση «εργαλείων» για διευθυντική ανάλυση και δράση
- Εξοικείωση εργαζομένων με το μετασχηματισμό της θεωρίας σε πρακτική
- Ενίσχυση της δέσμευσης των εργαζομένων προς την επιχείρηση
- Δυνατότητα διάδρασης και συνεργασίας μεταξύ εργαζομένων σε διαφορετικά τμήματα της επιχείρησης
- Συμβολή στη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας της επιχείρησης
- Κεντρικά ελεγχόμενη εκπαίδευση με προσαρμοσμένο υλικό στις απαιτήσεις κάθε επιχείρησης.



Ιωάννης Νικολαΐδης,
CCO Omilia

“Natural Language Understanding and the dawn of the new era in Self Care”

Ο κ. Ιωάννης Νικολαΐδης CCO της Omilia, παρουσίασε την πορεία της τεχνολογίας IVR μέσα στις τελευταίες δεκαετίες, καθώς και τη μεταμόρφωση των φωνητικών πυλών εξυπηρέτησης πελατών που φέρνει η τεχνολογική εξέλιξη των συστημάτων NLU.

Η τεχνολογία IVR εξελίσσεται συνε-

χώς τις τελευταίες δεκαετίες και σήμερα η τεχνολογία NLU (Natural Language Understanding) αρχίζει σταδιακά να δείχνει ότι είναι δυνατόν να αντικατασταθούν τα συστήματα DTMF (αναγνώριση τονικών σημάτων) και ASR (αναγνώριση λέξεων κλειδιών) με πραγματικούς virtual customer care agents, οι οποίοι θα μπορούν να εξυπηρετούν άμεσα το κοινό χωρίς την ανάγκη της περιήγησης μέσα από σειρές διαδοχικών μενού, οι οποίες και μέχρι σήμερα ήταν βασικό εμπόδιο στη χρήση των αυτοματοποιημένων διαδικασιών self service που όλα τα customer care portals προσέφεραν μέσα από τα κέντρα τηλεφωνικής εξυπηρέτησης πελατών τους.

Όμως η τεχνολογία NLU δεν σταματά εκεί, καθώς γίνεται δυνατή η αυτοματοποίηση πολλών άλλων διαδρα-

στικών διαδικασιών εισερχόμενων ή εξερχόμενων επικοινωνιών με πελάτες, όπως φωνητικών υπενθυμίσεων (interactive voice alerts), αυτοματοποιημένων προτάσεων πωλήσεων up-selling & cross selling, καθώς και μετρήσεων ικανοποίησης κοινού (NPS Scoring).

Η τεχνολογία NLU αλλάζει λοιπόν το ρόλο του agent και αφαιρώντας κάθε τι επαναληπτικό και αυτοματοποιημένο του επιτρέπει να επικεντρωθεί στις πωλήσεις και τη “διάσωση πελατών” (customer rescue), αλλάζοντας έτσι και τη φύση και τη φιλοσοφία του σύγχρονου call centre, αλλά και την αντιμετώπισή του ως κέντρο κέρδους σε αντιδιαστολή με τα παραδοσιακά call centers, τα οποία αντιμετώπιζονταν ως κέντρα κόστους.

Πάνελ Διευθυντών: Έμπειροι Διευθυντές Εξυπηρέτησης Πελατών μιλούν και ανταλλάσσουν βιώματα, απόψεις και ιδέες για την αντιμετώπιση των καθημερινών προβλημάτων



Μία ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα συζήτηση έλαβε χώρα μεταξύ των συμμετεχόντων του πάνελ, κ. **Μάρκου Φραγκουλόπουλου**, Ανώτατου Γενικού Διευθυντή Πωλήσεων και Marketing **INTERAMERICAN**, κ. **Στέλιου Πιρπινιά**, Διευθυντή Λιανικής Τραπεζικής και Marketing **HSBC BANK**, κ. **Σοφίας Δέδε**, Επικεφαλής της Διεύθυνσης Εξυπηρέτησης Πελατών Στεγαστικών, Καταναλωτικών δανείων και πιστωτικών καρτών **EUROBANK Cards**, κ. **Αντωνίας Μαύρου**, Διευθύντριας Ανθρώπινου Δυναμικού **LEROY MERLIN**, κ. **Αλεξίας Ορφανουδάκη**, Director Contact Center **ICAP** και κ. **Σπύρου Χριστοφίδη**, Διευθυντή Εξυπηρέτησης Πελατών **CYTA ΕΛΛΑΔΟΣ**. Τη συζήτηση συντόνισε η κ. **Σάντυ Χειλαδάκη**, Διευθύντρια Εξυπηρέτησης Οικιακών Πελατών και Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων **ΟΤΕ - COSMOTE**.

Σε μία εποχή όπου οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης είναι εμφανείς σε όλα τα επίπεδα της ζωής μας, η ανάγκη αλλαγής φαντάζει απαραίτητη όσο ποτέ.

Με κοινό όραμα, ξεκάθαρες στρατηγικές, κοινή κουλτούρα, καλλιεργούμε οράματα και αξίες, ευθυγραμμίζοντας το σύνολο των λειτουργιών μας στην κατεύθυνση

υπέρβασης των προσδοκιών του πελάτη.

Ακούμε προσεκτικά τους ανθρώπους και τους πελάτες μας, αφουγκραζόμαστε τις τάσεις της αγοράς, εστιάζουμε στις θετικές εμπειρίες, εξασφαλίζουμε τα βέλτιστα δυνατά αποτελέσματα.

Με την ορθολογική χρήση των νέων τεχνολογιών ενισχύουμε τα εναλλακτικά κανάλια εξυπηρέτησης, διευκολύνοντας τους πελάτες μας και μειώνοντας τα κόστη, αναγνωρίζοντας όμως σε κάθε περίπτωση την ανάγκη και τη σημασία προσωπικής επαφής.



Αλεξία Ορφανουδάκη, Director Contact Center **ICAP**



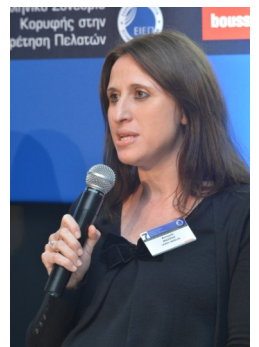
Μάρκος Φραγκουλόπουλος, Αν. Γενικός Διευθυντής Πωλήσεων και Marketing **INTERAMERICAN**



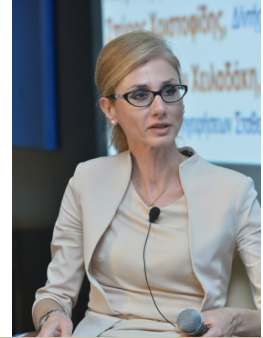
Σοφία Δέδε, Επικεφαλής της Διεύθυνσης Εξυπηρέτησης Πελατών Στεγαστικών, Καταναλωτικών δανείων και πιστωτικών καρτών **EUROBANK Cards**



Στέλιος Πιρπινιάς, Διευθυντής Λιανικής Τραπεζικής και Marketing **HSBC BANK**



Αντωνία Μαύρου, Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού **LEROY MERLIN**



Σάντυ Χειλαδάκη, Διευθύντρια Εξυπηρέτησης Οικιακών Πελατών και Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων **ΟΤΕ - COSMOTE**



Σπύρος Χριστοφίδης, Διευθυντής Εξυπηρέτησης Πελατών **CYTA ΕΛΛΑΔΟΣ**

ΧΟΡΗΓΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΗΣ

ΧΟΡΗΓΟΣ ΔΙΕΡΜΗΝΕΙΑΣ

intertranslations
Where quality meets your deadlines

ΧΟΡΗΓΟΣ ΕΚΤΥΠΩΣΕΩΝ

PressiousArvanitidis
Print your mind





Η Data Communication A.E. ιδρύθηκε το 1987 και συγκαταλέγεται μεταξύ των μεγαλύτερων ελληνικών εταιριών πληροφορικής όσον αφορά στις εγκαταστάσεις τυποποιημένου λογισμικού για επιχειρήσεις του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, καθώς και λογιστικά γραφεία, έχοντας διαθέσει πάνω από 36.000 προγράμματα σε περισσότερους από 18.000 πελάτες. Απασχολεί 100 έμπειρα στελέχη στα κεντρικά γραφεία της στην Αθήνα και στα υποκαταστήματά της στη Θεσσαλονίκη και στην Πάτρα ενώ το δίκτυο διανομής των προϊόντων της περιλαμβάνει περισσότερους από 100 πιστοποιημένους για την τεχνογνωσία τους συνεργάτες πανελλαδικά. Η Data Communication δραστηριοποιείται σε 2 τομείς ανάπτυξης λογισμικού:

Λογισμικό για Επιχειρήσεις, Οργανισμούς και Λογιστικά Γραφεία: αναπτύσσει και προωθεί τις καταξιωμένες στην αγορά εφαρμογές σύγχρονης τεχνολογίας Win Era ERP (Λογιστική και Εμπορική διαχείριση), Premium HRM (Μισθοδοσία και Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού), Academia Financials (εφαρμογές για Λογιστικά Γραφεία), DC e-Shop (Ηλεκτρονικό Εμπόριο), DC Retail (διαχείριση Καταστημάτων Λιανικής), Business Analysis (Business Intelligence system).

Διεθνές Επιχειρησιακό Λογισμικό της Microsoft: η Data Communication έχει συνάψει από το 2004 στρατηγική συνεργασία με τη Microsoft ως Microsoft Gold Certified Partner παρέχοντας ειδικές λύσεις για επιχειρήσεις στην ελληνική και διεθνή αγορά χρησιμοποιώντας ως πλατφόρμες τα συστήματα Microsoft Dynamics NAV (πρώην Navision) και Microsoft Dynamics CRM. Ανέπτυξαν, ειδικά για τις Ελληνικές επιχειρήσεις, το InnoVera ERP το οποίο, βασισμένο στο Microsoft Dynamics NAV, είναι το 1ο λογισμικό σε Ελλάδα, Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη που έλαβε την ανώτατη τιμητική διάκριση της Microsoft: Certified for Microsoft Dynamics (CFMD). Ανέπτυξαν επίσης εφαρμογές για κάθετες αγορές όπως ενέργειας, ναυτικών πρακτορείων, διαχείρισης έργων κ.α. Η Data Communication είναι η μοναδική εταιρεία στην Ελλάδα που έχει χαρακτηριστεί ως Gold Partner στο Microsoft Dynamics CRM στην πλατφόρμα του οποίου έχουν αναπτύξει την ειδική εφαρμογή Pharma CRM που απευθύνεται σε φαρμακευτικές επιχειρήσεις, καθώς και εφαρμογές για τις επιχειρήσεις φωτοβολταϊκών και ενέργειας, οργάνωσης συνεδρίων κ.α. Για τη συνεργασία της με τη Microsoft η

Data Communication έχει τιμηθεί σε Παγκόσμια Συνέδρια με πολλές διακρίσεις όπως: Small Business Partner Specialist of the Year (2008), Independent Software Vendor (ISV) of the Year Finalist Central & Eastern Europe (2009 και 2010), Microsoft Dynamics President's Club member.

Η επιτυχημένη και συνεχώς ανοδική πορεία της Data Communication στα 25 χρόνια λειτουργίας της βασίζεται σε δύο σημαντικούς παράγοντες: την αξιοπιστία του λογισμικού που αναπτύσσει και την ποιότητα των υπηρεσιών υποστήριξης των πελατών της. Η απόλυτη ικανοποίηση του πελάτη ήταν και είναι στη Data Communication το κλειδί της εταιρικής επιτυχίας και ο ακρογωνιαίος λίθος της πολιτικής συγκράτησης της πελατειακής βάσης και προσέλκυσης νέων πελατών. Η πολιτική ποιότητας της Data Communication έχει πιστοποιηθεί, ήδη από το έτος 2000, κατά TUV CERT ISO 9001 καλύπτοντας το σύνολο διαδικασιών σχεδιασμού, ανάπτυξης, διάθεσης, συντήρησης και υποστήριξης των εφαρμογών λογισμικού. Επιθυμία δεν είναι να είναι απλά προμηθευτής λογισμικού αλλά ο έμπιστος σύμβουλος του πελάτη όσον αφορά στα θέματα που αντιμετωπίζει σε σχέση με την επιχείρησή του και ειδικότερα την οργάνωση, την πληροφορική, τις υποδομές IT, τη φορολογική και εργατική νομοθεσία καθώς και τη λογιστική.

Η πελατοκεντρική φιλοσοφία της Data Communication εκδηλώνεται με την άμεση ανταπόκριση στις απαιτήσεις που δημιουργούν οι μεταβολές της νομοθεσίας, καθώς και τις συνεχείς αναβαθμίσεις των εφαρμογών σύμφωνα με τις εξελίξεις της τεχνολογίας και τις ανάγκες της αγοράς. Τα εξειδικευμένα και πιστοποιημένα για την τεχνογνωσία τους στελέχη, καθώς και εκείνα του δικτύου συνεργατών, αναλαμβάνουν την υλοποίηση των έργων λογισμικού, ενώ στη συνέχεια στηρίζουν τον πελάτη παρέχοντας υπηρεσίες υποστήριξης τηλεφωνικά, με χρήση του Internet ή στις εγκαταστάσεις του πελάτη, δημιουργώντας σχέσεις μακροχρόνιας συνεργασίας και εμπιστοσύνης. Το Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών προσφέρει τις υπηρεσίες του 12 ώρες την ημέρα, 6 ημέρες την εβδομάδα ακόμα και τις Κυριακές κατά την περίοδο αιχμής του δουλειάς των λογιστών χωρίς επιπλέον κόστος για τον πελάτη. Παράλληλα γίνεται προσπάθεια αναβάθμισης των γνώσεων των πελατών τους σε θέματα λειτουργίας των εφαρμογών και για το λόγο αυτόν έχουν αναπτύξει ειδικά σεμινάρια τα οποία θέτουν στη διάθεση των ενδιαφερομένων, μέσα από το site της εταιρίας, δωρεάν. Πολύ συχνά επίσης διοργανώνουν διαδραστικά e-seminars για θέματα που ζητούν οι χρήστες των εφαρμογών τους.

Σε ερώτησή μας αναφορικά με την ένταξή τους στο ΕΙΕΠ, μας δήλωσαν:

«Στη Data Communication πιστεύουμε ότι το καλό εργασιακό περιβάλλον είναι ίσως ο σημαντικότερος παράγοντας λειτουργίας και αντανάκλαται άμεσα στις σχέσεις με τους πελάτες και συνεργάτες μεγιστοποιώντας το επίπεδο ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών και την ικανοποίηση από αυτές. Οι εταιρικές αξίες που διέπουν το βραβευμένο εργασιακό μας περιβάλλον και αφορούν στις σχέσεις μεταξύ συναδέλφων είναι οι ίδιες με αυτές που χαρακτηρίζουν τις σχέσεις με τους συνεργάτες και τους πελάτες μας: φιλικότητα, αξιοπιστία, συνέπεια, ποιότητα, καινοτομία. Με οδηγό τις αξίες μας χτίζουμε τη στρατηγική, τις πολιτικές μας, τις σχέσεις και τις υπηρεσίες μας. Οι σύγχρονες, φιλικές στον εργαζόμενο, νέες κτιριακές εγκαταστάσεις της εταιρείας μας καθώς και η συνεχής προσπάθεια επιμόρφωσης των εργαζομένων συμβάλλει σημαντικά στη διαμόρφωση του καλού εργασιακού κλίματος και την αναβάθμιση των επαγγελματικών δεξιοτήτων των εργαζομένων. Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, η Data Communication βραβεύθηκε για το εργασιακό της περιβάλλον στο διαγωνισμό Best Work Places επί 3 συνεχόμενες χρονιές (2010, 2011 και 2012).

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ένας ακόμα τομέας δραστηριοποίησης της Data Communication. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η σύγχρονη ελληνική κοινωνία είναι πολύ σημαντικά και η εταιρεία μας θέλει να συνεισφέρει, κατά το μέτρο των δυνατοτήτων της, στην ανακούφιση ευπαθών κοινωνικών ομάδων. Έτσι διοργανώνουμε κάθε χρόνο bazaar, του οποίου τα έσοδα προορίζονται για κοινωνικές σκοπούς. Η εταιρεία μας υποστηρίζει ακόμα το Χαμόγελο του Παιδιού, προσφέρει πετρέλαιο σε νοσοκομεία καθώς ιματισμό και φάρμακα σε ιδρύματα που έχουν ανάγκη.

Η ένταξή μας στο ΕΙΕΠ έρχεται να συμπληρώσει τη στρατηγική μας προσήλωση στη ποιοτική εξυπηρέτηση πελατών. Μέσω των δράσεων του Ινστιτούτου πιστεύουμε ότι θα έχουμε την ευκαιρία να εμπλουτίσουμε την παλέτα των πολιτικών μας σε θέματα εξυπηρέτησης, καθώς και να μοιραστούμε τις πρακτικές μας με εταιρίες που συμμερίζονται το στόχο μας για υπηρεσίες με εστίαση στην ικανοποίηση του πελάτη. Επιθυμούμε μέσω της ένταξής μας να συμμετέχουμε κι εμείς στην ενίσχυση της γνώσης γύρω από τα θέματα εξυπηρέτησης αλλά και στην ανάπτυξη πρακτικών εργαλείων και μεθόδων που θα μεγιστοποιήσουν τα οφέλη μίας πελατοκεντρικής προσέγγισης για όλα τα συμβαλλόμενα μέρη. Πιστεύουμε ότι το ΕΙΕΠ θα αγκαλιάσει το έργο και τις προσπάθειές μας στον τομέα της εξυπηρέτησης του πελάτη δίνοντάς τους νέα προοπτική και μέσα βελτίωσης».

5η Εθνική Εβδομάδα Εξυπηρέτησης Πελατών

**Το Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών
σας προσκαλεί στην 5η Εθνική Εβδομάδα Εξυπηρέτησης Πελατών!**

Δευτέρα, 28 Ιανουαρίου 2013

17:30–21:30 **Τελετή έναρξης**—Ξενοδοχείο Grande Bretagne, Πλατεία Συντάγματος, Αθήνα - Είσοδος από Πανεπιστημίου
Panel Discussion με εκπροσώπους των μελών της Επιτροπής Ηγεσίας του Ελληνο-Αμερικανικού Εμπορικού Επιμελητηρίου με θέμα: «Η Εξυπηρέτηση Πελατών: Μία προτεραιότητα του CEO»

Τρίτη, 29 Ιανουαρίου 2013

08:30 - 10:30 **CEO Breakfast**: Ρεαλιστική αισιοδοξία στην κρίση— (Ξενοδοχείο Sofitel Athens Airport)
11:00 - 13:00 (Gr.1) **Study Tour** (εκπαιδευτική επίσκεψη με παρουσίαση)
Goody's: Νέα γενιά καταστημάτων Goody's— (Βασ. Κωνσταντίνου & Κωνσταντινουπόλεως 1, Γλυφάδα, 166 75)
14:00 - 16:00 **Workshop** (εκπαιδευτικό εργαστήριο με παρουσίαση)
Mercedes-Benz Ελλάς: Καινοτόμο Διαδραστικό Ψηφιακό Marketing & Εξυπηρέτηση Πελατών
(Mercedes-Benz Ελλάς, Θηβαΐδος 20, Νέα Κηφισιά, 145 64)

Τετάρτη, 30 Ιανουαρίου 2013

08:30 - 10:30 **Customer Service Champion Breakfast**— (Ξενοδοχείο Sofitel Athens Airport)
10:30 - 13:30 **Study Tour** (εκπαιδευτική επίσκεψη με παρουσίαση)
Coca Cola Τρία Έψιλον: Επίσκεψη στο εργοστάσιο παραγωγής της Coca-Cola Τρία Έψιλον (Σχηματάρι Ευβοίας)
13:30 - 16:30 **Workshop** (εκπαιδευτικό εργαστήριο με παρουσίαση)
OTE: Η εκπαίδευση μοχλός ανάπτυξης για εταιρίες σε περίοδο κρίσης (Βελτίωση Ικανοποίησης Πελατών, Αύξηση Πωλήσεων, Διατηρησιμότητα Πελατών) - (Κτίριο OTE, Πατησίων 85, Αθήνα, 104 34)
13:30 - 16:00 **Study Tour** (Εκπαιδευτική επίσκεψη με διαδραστική ενέργεια και παρουσίαση)
Praktiker Hellas: Η φιλοσοφία του customer service - Ιδιαιτερότητες της εξυπηρέτησης πελατών στο λιανεμπόριο DIY (Κατάστημα Praktiker Ταύρου, Πειραιώς 176, Ταύρος, 177 78)
18:00 - 20:00 **Panel Discussion**: Η εξυπηρέτηση του πελάτη μέσα από το συνδυασμό φυσικών και ψηφιακών καναλιών
(Αμφιθέατρο Geniki Bank, Μεσογείων 109-111, Αμπελόκηποι, 115 10)

Πέμπτη, 31 Ιανουαρίου 2013

08:30 - 10:30 **CEO Breakfast**: Ρεαλιστική αισιοδοξία στην κρίση— (Ξενοδοχείο Sofitel Athens Airport)
10:00 - 12:00 (Gr. 1) **Case Study** (παρουσίαση βέλτιστης πρακτικής)
Vodafone: Vodafone@The Mall Athens - Μοναδικός προορισμός... τεχνολογίας και εξυπηρέτησης
12:00 - 14:00 (Gr. 2) (Εμπορικό Κέντρο The Mall Athens, Ανδρέα Παπανδρέου 35, Μαρούσι)
18:00 - 20:00 **Workshop - Case Study** (εκπαιδευτικό εργαστήριο και παρουσίαση βέλτιστης πρακτικής)
ManpowerGroup: Producing Sustainable Business Results through People Development in Turbulent, Uncertain times- Bring fast, sustainable business results through developing your client-facing force
(Αμφιθέατρο Geniki Bank, Μεσογείων 109-111, Αμπελόκηποι, 115 10)

Παρασκευή, 1 Φεβρουαρίου 2013

11:00 - 13:00 (Gr.2) **Study Tour** (εκπαιδευτική επίσκεψη με παρουσίαση)
Goody's: Νέα γενιά καταστημάτων Goody's—(Βασ. Κωνσταντίνου & Κωνσταντινουπόλεως 1, Γλυφάδα, 166 75)
15:00 - 17:00 **Παρουσίαση της Response**: Πόσο συμβάλλουν τα Social Media σε ένα ξεχωριστό Customer Service
(Αμφιθέατρο Geniki Bank, Μεσογείων 109-111, Αμπελόκηποι, 115 10)

Για περισσότερες πληροφορίες και αιτήσεις συμμετοχών μπορείτε να επικοινωνήσετε με το Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών (τηλ.: 210 8099 409) ή να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα www.customerservice.gr.

Ιδιοκτησία
Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών
Αρχισυνταξία & Επιμέλεια Έκδοσης
Διοικητική Ομάδα