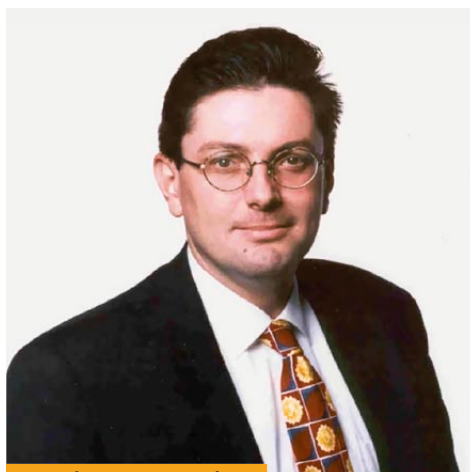


Το ΕΙΕΠ καλωσορίζει τη Νέα Διοικητική Ομάδα

Το Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών έχοντας ήδη πέντε χρόνια πορείας και με όραμα την ουσιαστική συμβολή του στην ανάδειξη της αναγκαιότητας για ανάπτυξη των οργανισμών μέσω της παροχής υπηρεσιών εξαιρετικής ποιότητας, έχει να επιδείξει ένα πλήθος δραστηριοτήτων.

Σήμερα το ΕΙΕΠ, αναγνωρίζοντας τη σημαντικότητα της ενεργούς παρουσίας του δίπλα στα μέλη, με υπευθυνότητα, συνέπεια και επαγγελματισμό, καλωσορίζει μία Νέα Διοικητική Ομάδα.

Ο κος Γρηγόρης Τσερεγκώφ, αναλαμβάνει καθήκοντα **Συμβούλου Διοίκησης**. Ο Γρηγόρης είναι διπλωματούχος Μηχανολόγος Μηχανικός και κάτοχος MBA από το Imperial College, University of London. Με



Γρηγόρης Τσερεγκώφ

επαγγελματική εμπειρία είκοσι ετών έχει διατελέσει ανώτερο στέλεχος κυρίως σε Εμπορικές Διευθύνσεις εταιρειών όπως η Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος, η ΑΒ Βασιλόπουλος, η Παπαστράτος, η Αθηναϊκή Χαρτοποιία και η Ola! Stores, ενώ σήμερα κατέχει και τη θέση του Γενικού Διευθυντή στο Εθνικό Κέντρο Πιστοποίησης.

Η κα Μαρίνα Τσόγκα, αναλαμβάνει τη Διεύθυνση Ανάπτυξης.



Μαρίνα Τσόγκα

Η Μαρίνα είναι πτυχιούχος Οικονομικών Επιστημών του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Με επαγγελματική εμπειρία δώδεκα χρόνων, υπήρξε στέλεχος κυρίως σε Διευθύνσεις Marketing, Πωλήσεων και Λειτουργίας Δικτύων στις εταιρίες Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος, Κωτσόβολος Όμιλος Εταιρειών, Kino (Κινηματογραφικές Παραγωγές) και Vivartia.

Τέλος, η κα Ζωή Κάντο-Τουρκμάνι είναι υπεύθυνη για τη Διοικητική Υποστήριξη και την Επικοινωνία των δραστηριοτήτων του ΕΙΕΠ.



Ζωή Κάντο-Τουρκμάνι

Η Ζωή, είναι απόφοιτος Ψυχολογίας του University of Sunderland και κάτοχος MSc στη Διαχείριση Ανθρωπίνων Πόρων. Έχει εργασθεί ως Βοηθός Εκπαίδευσης και Προσλήψεων στη Διεύθυνση Προσωπικού της Πυροσβεστικής Υπηρεσίας στην Αγγλία καθώς επίσης και στο τμήμα προσλήψεων της Citi Bank.

Το ΕΙΕΠ καλωσορίζει τη Νέα Διοικητική Ομάδα σελ. **1**

Mystery Shopping στις Επιχειρήσεις σελ. **2**

Retail Atmospherics, Customer Experience & Customer Service σελ. **2**

4ο Συνέδριο Κορυφής στην Εξυπηρέτηση Πελατών σελ. **3**

contents

Ιδιοκτησία
Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών

Αρχισυνταξία
Πάρης Κορωναίος

Επιμέλεια Έκδοσης

boussias | communications

Mystery Shopping στις Επιχειρήσεις

Το ΕΙΕΠ, σε συνεργασία με την εταιρεία Global Link, πραγματοποίησε Workshop με θέμα “Έρευνα του Μυστικού Επισκέπτη (Mystery Shopping)” την Τρίτη, 16 Ιουνίου 2009 στο αμφιθέατρο της Γενικής Τράπεζας. Το επιμορφωτικό εργαστήριο απευθυνόταν σε Γενικούς Διευθυντές, Υπευθύνους Ανθρωπίνων Πόρων, καθώς και σε στελέχη Marketing, Πωλήσεων, Διασφάλισης Ποιότητας, Ανάπτυξης Δικτύων και Έρευνας Αγοράς. Το εργαστήρι γνώσης τίμησαν με την παρουσία τους σαράντα (40) ανώτατα και ανώτερα στελέχη εταιρειών-μελών του ΕΙΕΠ. Ο Managing Director της Global Link κος Κωνσταντίνος Σιγαλός και η ομάδα του, ανέλυσαν ενδιαφέροντα θέματα όπως: «Τι μπορεί να προσφέρει το Mystery Shopping», «Ποιοτική έρευνα και Mystery Shopping» καθώς και «10 κατευθυντήριες οδηγίες για τη διεξαγωγή αποτελεσματικών προγραμμάτων Mystery Shopping». Τέλος, έγινε αναφορά σε Case studies ελληνικών εταιρειών που εφάρμοσαν την έρευνα του Μυστικού Επισκέπτη.



Retail Atmospheric, Customer Experience & Customer Service



Ο Πρόεδρος του ΕΙΕΠ και Καθηγητής Marketing ΟΠΑ, Δ/ντής Διατμηματικού Προγράμματος MBA, κος Γεώργιος Πανηγυράκης, ανέπτυξε καίρια θέματα για τις: «Σύγχρονες τάσεις στην αγοραστική συμπεριφορά και εξυπηρέτηση του πελάτη στο λιανεμπόριο: από την πώληση στην εμπειρία και την απόλαυση» σε workshop που πραγματοποιήθηκε

στο Αμφιθέατρο της Γενικής Τράπεζας, την Τρίτη, 30 Ιουνίου 2009. Το συγκεκριμένο workshop, στο οποίο συμμετείχαν 70 στελέχη των εταιρειών-μελών του Ινστιτούτου, απευθύνθηκε σε Διευθυντές καταστημάτων, Διευθυντές Πωλήσεων, σε Υπευθύνους Εξυπηρέτησης Πελατών καθώς και στο Προσωπικό πρώτης γραμμής.

Customer Service in Turbulent Times

/ Η Εξυπηρέτηση Πελατών σε Περίοδο Κρίσης

Ξενοδοχείο Athenaeum Intercontinental, Πέμπτη, 22 Οκτωβρίου 2009

Φέτος, όπως και κάθε χρόνο, το Συνέδριο Κορυφής του ΕΙΕΠ θα αποτελέσει το κορυφαίο γεγονός στην εξυπηρέτηση πελατών και σημείο συνάντησης για όλους τους επαγγελματίες του χώρου. Με θέμα «Η εξυπηρέτηση Πελατών σε Περίοδο Κρίσης», θα διερευνήσουμε τρόπους με τους οποίους η εξαιρετική εξυπηρέτηση πελατών μπορεί όχι μόνο να βοηθήσει μια επιχείρηση να ξεπεράσει την κρίση, αλλά και να αναπτυχθεί.

Στόχοι του 4ου Συνεδρίου Κορυφής είναι:

- Η ανάδειξη της εξυπηρέτησης πελάτη στην πράξη ως εργαλείο για την αντιμετώπιση της κρίσης
- Η παρουσίαση βέλτιστων πρακτικών από ηγέτες του χώρου παγκοσμίως
- Η ανάλυση σημαντικών και πάντα επίκαιρων επιχειρηματικών θεμάτων με τη συμμετοχή καταξιωμένων στελεχών και ακαδημαϊκών
- Η παρουσίαση νέων ιδεών, εργαλείων και κατευθύνσεων για τη δημιουργία αποτελεσματικών στρατηγικών εξυπηρέτησης πελάτη.

Η οικονομική κρίση αναδεικνύει το στρατηγικό ρόλο του Customer Management

του Πάρη Κορωναίου

Την προηγούμενη εβδομάδα επισκέφθηκα το εμπορικό κέντρο του Πειραιά για να κάνω ορισμένες αγορές αφού τα -σε πολλές περιπτώσεις- υψηλά ποσοστά των εκπτώσεων, τις κάνουν ιδιαίτερα ελκυστικές. Την προηγούμενη φορά που είχα πραγματοποιήσει αγορές στο ίδιο εμπορικό κέντρο ήταν κατά τη διάρκεια των διακοπών του Πάσχα. Μολονότι δε διαθέτω στατιστικά στοιχεία που να επιβεβαιώνουν τα γραφόμενά μου, η εντύπωση που αποκόμισα ήταν πως τα καταστήματα που ενοικιάζονταν είχαν τουλάχιστον διπλασιαστεί σε σχέση με το προηγούμενο διάστημα. Η οικονομική κρίση είναι βέβαιο πως οδήγησε τη συντριπτική πλειοψηφία των συγκεκριμένων επιχειρήσεων στο κλείσιμο. Οι λόγοι που υποχρέωσαν την παύση εργασιών τους, ενδεχομένως να διαφέρουν μεταξύ τους. Ωστόσο, θεωρώ πως είχαν και ένα κοινό σημείο. **Αναποτελεσματική διαχείριση πελατειακών σχέσεων.** Μιλώντας με στελέχη της αγοράς το τελευταίο εξάμηνο, διαπιστώνω πως μέσα στις τρεις προτεραιότητές τους είναι η εστίαση στον πελάτη και η βελτίωση του customer management. Επιχειρήσεις που έχουν στηθεί με πελατοκεντρική φιλοσοφία είναι σε θέση να αντιστέκονται σθεναρά απέναντι στην οικονομική ύφεση αφού διαθέτουν μία ισχυρή βάση πιστών πελατών που εξασφαλίζει -τουλάχιστον- την επιβίωσή τους. Ίσως περισσότερο από ποτέ, αναδεικνύεται τόσο έντονα ο **στρατηγικός ρόλος** του customer management. Ο καταναλωτής, κυρίως λόγω ανασφάλειας καθώς και έλλειψης μετρητών, διενεργεί πλέον εκτεταμένες έρευνες αγοράς μέσα από διαφορετικά κανάλια, αναζητώντας επιχειρήσεις που μπορεί να εμπιστευθεί. Η εμπιστοσύνη είναι η λέξη κλειδί στην περίπτωση μας. Η ιστορία έχει δείξει πως

σε περιόδους κρίσης ο άνθρωπος στρέφεται σε συνανθρώπους -και λύσεις- για τους οποίους αισθάνεται σίγουρος και του εμπνέουν εμπιστοσύνη. Έτσι και στην προκειμένη περίπτωση, ο καταναλωτής προτιμά τις επιχειρήσεις που γνωρίζει και του έχουν αποδείξει έμπρακτα ότι ενδιαφέρονται γι αυτόν. Ωστόσο, η καταναλωτική εμπιστοσύνη είναι κάτι που δεν αποκτάται μέσα σε μια εβδομάδα ή ένα μήνα. Θέλει μακροπρόθεσμο σχεδιασμό, πελατοκεντρική νοοτροπία και στρατηγική, επένδυση στην εκπαίδευση των ανθρώπων και σε τεχνολογικά εργαλεία, επιμονή και πίστη. Οι επιχειρήσεις που είχαν επενδύσει σε αυτούς τους τομείς τα προηγούμενα χρόνια, επιβραβεύονται για τη φιλοσοφία και τις προσπάθειές τους την τρέχουσα δύσκολη περίοδο, διότι κατόρθωσαν με το πέρασμα του χρόνου να δημιουργήσουν ικανοποιημένους και ευτυχημένους πελάτες. Ως γνωστόν, μία από τις εγκυρότερες παραδοχές του marketing είναι πως ο ενθουσιασμός του πελάτη δημιουργεί πιστότητα, η οποία με τη σειρά της επιφέρει κέρδη. Οι επιχειρήσεις που δεν έχουν επενδύσει ακόμα (ή επιθυμούν να βελτιώσουν) αλλά αναγνωρίζουν πως το customer management είναι εκ των ων ουκ άνευ στρατηγικό εργαλείο για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης καθώς και για την περαιτέρω ανάπτυξή τους, θα έχουν την ευκαιρία να ενημερωθούν για τις στρατηγικές, τα νέα εργαλεία, τις διεθνείς τάσεις και τις αποτελεσματικότερες πρακτικές στην εξυπηρέτηση πελάτη στο επικείμενο συνέδριο του **Ελληνικού Ινστιτούτου Εξυπηρέτησης Πελατών** που θα πραγματοποιηθεί στο ξενοδοχείο Athenaeum Intercontinental στις 22 Οκτωβρίου 2009.

Save
the
date:
22/10/09

4



Ελληνικό Συνέδριο Κορυφής
στην Εξυπηρέτηση Πελατών

Ξενοδοχείο Athenaeum Intercontinental

22 Οκτωβρίου 2009

customer service
in turbulent times

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

DEPEND

able