

Συζητώντας με τον
Fred Reichheld

σελ. 1

3^ο Συνέδριο Κορυφής
Προγραμμα

σελ. 3

Κοπή
Πρωτοχρονιάτικης
πίτας

σελ. 3

Ιδιοκτησία
ΕΙΕΠ

Αρχισυνταξία
Πάρης Κορωναίος

Επιμέλεια Υλης
Βασίλης Π. Πάσχος
Επιμέλεια Έκδοσης

boussias|communications

contents

Συζητώντας με τον Fred Reichheld

Νέος κανόνας: ο πελάτης είναι βασιλιάς. Παλιός κανόνας: ο μέτοχος είναι βασιλιάς.

Ο Fred Reichheld, κεντρικός ομιλητής του 3^{ου} Συνεδρίου Κορυφής εξυπηρέτησης πελάτη, απαντάει σε ερωτήσεις για το Net Promoter Score.

Τι είναι το NPS;

Το NPS είναι η φιλοσοφία του management philosophy που στηρίζεται στην ιδέα, πως ο βέλτιστος τρόπος ανάπτυξης είναι η «μεταμόρφωση» όσο το δυνατόν περισσότερων πελατών σε «promoters» (υποστηρικτές) και λιγότερων σε «detractors» (αποκλίνοντες).

Το NPS αποτελεί επίσης τον πυρήνα των σχετικών εργαλείων μέτρησης και των αντίστοιχων διαδικασιών, που καθιστούν την παραπάνω φιλοσοφία πρακτική αλλά και λειτουργική. Το αρκτικόλεξο NPS, σημαίνει Net Promoter Score. Ακριβώς όπως η καθαρή αξία (net worth) αντιπροσωπεύει τη διαφορά



μεταξύ οικονομικών εσόδων και εξόδων, το Net Promoter ποσοτικοποιεί τη διαφορά μεταξύ εσόδων και κόστους πελατών. Θέτοντας μία και μόνο ερώτηση, οι πελάτες μπορούν

να διαχωριστούν σε τρεις κατηγορίες: στους «Promoters», που είναι «πιστοί» και ενθουσιώδεις, στους «Passives» (παθητικούς), που είναι ικανοποιημένοι αλλά δεν διακρίνονται για τον ενθουσιασμό τους όπως οι πρώτοι και τέλος τους «Detractors» που δεν είναι ικανοποιημένοι, όμως βρίσκονται παγιδευμένοι στην επαγγελματική τους σχέση με την εταιρεία.

συνέχεια στη σελίδα 2

Ειδήσεις

Έρευνα για τις δράσεις και το έργο του ΕΙΕΠ

Στα πλαίσια της κοπής της πρωτοχρονιάτικης πίτας, η κυρία Πέγκυ Θεοδώρου, μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του ΕΙΕΠ, παρουσίασε τα αποτελέσματα έρευνας που διεξήχθη για λογαριασμό του Ινστιτούτου. «Δίνοντας έμφαση στον πελάτη ως ΕΙΕΠ, δεν θα μπορούσαμε να παραβλέψουμε το δικό μας εσωτερικό πελάτη, τουτέστιν τα μέλη μας.

Η έρευνα στάλθηκε ηλεκτρονικά σε όλα τα μέλη τον Ιούλιο του 2007 ενώ ολοκληρώθηκε περί τα μέσα Οκτωβρίου. Το πρώτο κομμάτι της έρευνας είχε σκοπό τη μέτρηση του ποσοστού επίτευξης των στόχων του Ινστιτούτου, που είχε θέσει εξαρχής με την ίδρυσή του. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι στόχοι έχουν επιτευχθεί από ποσοστά που κυμαίνονται

από 47% έως 100%. Παράλληλα εντοπίσαμε και τις περιοχές που πρέπει να εστιάσουμε την προσοχή μας, ώστε να βελτιωθούμε. Αυξημένη προσοχή πρέπει να δοθεί στα εξής: διενέργεια ερευνών και μελετών, επιβράβευση των καλύτερων στελεχών στην εξυπηρέτηση πελατών, πιστοποίηση στελεχών και ανάπτυξη ελληνικών προτύπων εξυπηρέτησης. Επίσης, υιοθέτηση διεθνών πρακτικών αλλά και ανταλλαγή των βέλτιστων αυτών (best practices), μεταξύ των μελών μας. Επιπρόσθετα, ζητήσαμε να μάθουμε το επίπεδο της συνολικής σας ικανοποίησης από τη Διοικητική Ομάδα του ΕΙΕΠ: σχετικά με τα workshop που έχουν διοργανωθεί, με το extranet αλλά και με το newsletter που εκδίδουμε - όπου σημειωτέον λάβαμε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα ικανοποίησης. Για να είμαστε σίγουροι ότι κινούμαστε προς τη σωστή κατεύθυνση και με βάση τις δικές σας προτεραιότητες, θελήσα-

με να δούμε τι θεωρείται σημαντικό για εσάς, τι θέλετε να αποκομίσετε από το ΕΙΕΠ. Στην ερώτηση λοιπόν «τι είναι αυτό που σας έκανε να γίνετε μέλος του ΕΙΕΠ» απαντήσατε ότι βασική σας ανάγκη είναι η δημιουργία δεσμών μεταξύ των μελών, η ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών, η ανάπτυξη αλλά και η προβολή της ποιότητας στην εξυπηρέτηση πελάτη. Προσανατολισμένες προς τις ανάγκες των μελών μας είναι οι επόμενες ενέργειες του Ινστιτούτου, ήτοι την πραγματοποίηση του 3ου Συνεδρίου Κορυφής, την καθιέρωση βραβείων καλύτερης εξυπηρέτησης πελατών, τη διεξαγωγή περισσότερων ερευνών, τη συγκρότηση επιπλέον ομάδων εργασίας καθώς και τη βελτίωση και επέκταση της επικοινωνίας μεταξύ των μελών. Όλα τα παραπάνω πρόκειται να συζητηθούν στην επόμενη Γενική Συνέλευση, όπου θα πραγματοποιηθεί και η εκλογή του νέου Διοικητικού Συμβουλίου».

Συζητώντας με τον Fred Reichheld

Με απλά λόγια, ο «Βαθμός» NPS υπολογίζεται βάσει του τύπου $P - D = NPS$, όπου P και D, τα ποσοστά Promoters και Detractors αντίστοιχα. Η -όχι τόσο απλή- πρόκληση για τις εταιρείες, είναι να αυξήσουν τους ρυθμούς της ανάπτυξης των, βελτιώνοντας τη βαθμολογία τους στο NPS.

Υπάρχει συσχέτιση μεταξύ του NPS και της ανάπτυξης μίας εταιρείας;

Υπάρχει. Σε έρευνα που έγινε το 2003 σε περισσότερους από 150.000 πελάτες, διαπιστώσαμε μία ισχυρή θετική συσχέτιση μεταξύ της βαθμολογίας στο Net Promoter Score και της ανάπτυξης μίας εταιρείας σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Σε ένα εύρος διαφορετικών αγορών, από Αεροπορικές εταιρείες και Τράπεζες μέχρι εταιρείες Μεταφορών και Προσωπικών Υπολογιστών, εκείνες με την υψηλότερη βαθμολογία επιδείκνυαν και τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης. Μάλιστα εκείνες που παρουσιάζουν σταθερά υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης σε διάστημα 10 ετών, έχουν διπλάσια βαθμολογία από τις υπόλοιπες.

Ποιες εταιρείες χρησιμοποιούν ήδη το NPS;

Το NPS έχει αρχίσει να διαδίδεται με καταγιστικούς ρυθμούς. Ο Jeff Immelt, CEO της General Electric, ανακοίνωσε πως το NPS θα εφαρμοστεί στο σύνολο της GE (πάνω από 500 επιχειρηματικά αντικείμενα) και θα καθορίσει τις πρόσθετες παροχές (bonus) των διοικητικών τους στελεχών. Μεταξύ των εταιρειών που έχουν υιοθετήσει το NPS περιλαμβάνονται οι Intuit, American Express, MSN, Schwab, Thermo-Electron και πολλές

ακόμα εταιρείες, ανεξαρτήτως της φύσης των πελατών τους (B2B ή B2C).

Οι υψηλές βαθμολογίες στο NPS μπορούν να «μεταφραστούν» σε μεγαλύτερη οικονομική επιτυχία; Υπάρχουν κάποια παραδείγματα; Ακόμα και αν αυτές καθ' αυτές οι βαθμολογίες του NPS δεν είναι σε θέση να εγγυηθούν την κερδοφόρο ανάπτυξη, οι υψηλές βαθμολογίες αποτελούν έναν ισχυρό δείκτη πρόβλεψης της οικονομικής επιτυχίας.

Η HomeBanc, μία εταιρεία παροχής οικονομικών υπηρεσιών στεγαστικών δανείων στη Atlanta των ΗΠΑ, συγκεντρώνει το -εξαιρετικά υψηλό- NPS 84%. Όπως θα περίμενε κανείς από μια τέτοια βαθμολογία, τα επίπεδα παραγωγικότητας της HomeBanc βρίσκονται κατά 60% υψηλότερα του μέσου όρου της αγοράς. Στα δέκα τελευταία χρόνια η ετήσια ανάπτυξή της ξεπερνά το 25%, ποσοστό διπλάσιο εκείνου της αγοράς.

Γιατί είναι τελικά αξιόπιστο το NPS;

Promoters και Detractors λειτουργούν διαφορετικά. Η συμπεριφορά τους γεννά εξ' ολοκλήρου διαφορετικές οικονομικές επιπτώσεις για την εταιρεία, αν και αυτό δεν γίνεται πάντα ορατό μέσω των συνηθισμένων εργαλείων μέτρησης. Ο στόχος ανάπτυξης επιτυγχάνεται με τη δημιουργία περισσότερων promoter και λιγότερων detractor. Στα πλεονεκτήματα των Promoter περιλαμβάνονται τα υψηλότερα επίπεδα διακράτησης, η εποικοδομητική κριτική και ανατροφοδότηση, η εξοικονόμηση κόστους και -σημαντικότερο όλων- το θετικό word-of-mouth που οδηγεί τη φήμη της εταιρείας και τις συστάσεις των πελατών.



Don Hales

Ιδρυτής και Εκτελεστικός Διευθυντής του National Customer Service Awards Foundation

Ο Don Hales είναι ευρύτερα γνωστός για τις εργασίες του σε θέματα εξυπηρέτησης πελατών. Ως ιδρυτής και πρόεδρος της κριτικής επιτροπής των Βρετανικών Βραβείων Αριστείας στην Εξυπηρέτηση Πελάτη (National Customer Service Awards), συγκεντρώνει βαθιά γνώση επί θεμάτων βέλτιστων πρακτικών ενός εύρους Αγορών, την οποία μοιράζεται με ενθουσιασμό αλλά και χιούμορ με το ακροατήριό του.

Διατηρεί στενούς δεσμούς με τα Institute of Customer Service και Society of Consumer Affairs Professionals, όπως και με εξέχοντα μέλη της Ακαδημαϊκής Κοινό-

τητας, Εκπαιδευτές και Συμβούλους που απασχολούνται σε τομείς «επικέντρωσης στον πελάτη». Μετά από μακρόχρονη παραμονή στο χώρο των Οικονομικών Υπηρεσιών, αποχώρησε ως Managing Director της Sun Life Unit Services - μίας εταιρείας που είχε ιδρύσει 11 χρόνια πριν με τέσσερις συναδέλφους του και εξαγοράστηκε από τον Όμιλο Sun Life. Προχώρησε σε μία επιτυχημένη καριέρα Συμβούλου Διοίκησης και επαγγελματία ομιλητή. Το 1997 συνεργάστηκε με την Quest Media για την ίδρυση των National Sales Awards, ενώ τρία χρόνια αργότερα επακολούθησαν τα National Customer

Service Awards. Επί του παρόντος, ως Deputy Managing Director της Quest Media, βοήθησε την εταιρεία να αναπτυχθεί σε έναν από τους μεγαλύτερους Διοργανωτές Βραβείων στην Ευρώπη, αλλά και να εξελίξει μία ποικιλία περιοδικών Επιχειρηματικών Σχέσεων και Προγραμμάτων Συνεδρίων.

Ο Don Hales έχει πραγματοποιήσει εισηγήσεις σε 18 διαφορετικές χώρες, έχοντας συνεισφέρει εκατοντάδες άρθρα σε πλήθος εκδόσεων. Το πολυαναμενόμενο Βιβλίο του Wow! That's What I Call Service (Ecademy Press) εκδόθηκε το 2007.

Πρόγραμμα

08.00 - 09.00	Προσέλευση - Εγγραφές
09.00 - 09.10	Καλωσόρισμα από τον Συντονιστή του Συνεδρίου
09.10 - 09.25	Χαιρετισμός Προέδρου Ελληνικού Ινστιτούτου Εξυπηρέτησης Πελατών (ΕΙΕΠ)
09.25 - 09.40	Χαιρετισμός από εκπρόσωπο της Ελληνικής Πολιτείας
09.40 - 10.00	Χαιρετισμός από εκπρόσωπο του Επιχειρηματικού Κόσμου
10.00 - 10.35	Εισαγωγική Ομιλία "Η Εξυπηρέτηση Πελάτη ως πρακτική στη σύγχρονη επιχειρηματική πραγματικότητα της Ελλάδας και του Κόσμου"
10.35 - 11.00	Καφές
11.00 - 12.25	Fred Reichheld - Keynote Speaker "The Importance of Customer Loyalty in Driving Performance"
12.25 - 12.55	Ερωτήσεις - Τοποθετήσεις συνέδρων
12.55 - 13.55	Συζήτηση σε panel. Ο Fred Reichheld συνομιλεί με διακεκριμένα στελέχη του επιχειρηματικού κόσμου για το παρόν και το μέλλον στην εξυπηρέτηση πελάτη στην Ελλάδα και κυρίως για τον αν και κατά πόσο η επένδυση στην εξυπηρέτηση πελάτη και στην πιστότητα, οδηγεί σε κερδοφορία
14.00 - 15.00	Γεύμα
15.00 - 15.30	Ψυχαγωγικό Μέρος
15.30 - 16.00	Don Hales "Επιβραβεύοντας εξαιρετικές πρακτικές στην Εξυπηρέτηση Πελάτη: Τα Βρετανικά Βραβεία και η ένταξή τους στην Ελληνική πραγματικότητα"
16.00 - 16.30	Καφές
16.30 - 17.45	Workshops ανά θεματική ενότητα / κλάδο
17.45 - 18.00	Αντί επιλόγου

Κοπή Πρωτοχρονιάτικης Πίτας

Στις 24 Ιανουαρίου 2008 πραγματοποιήθηκε η ετήσια κοπή της πρωτοχρονιάτικης πίτας του ΕΙΕΠ, στο ξενοδοχείο Ledra Marriott. Στελέχη που δραστηριοποιούνται στην εξυπηρέτηση πελάτη αλλά και φίλοι του Ινστιτούτου είχαν την ευκαιρία να ενημερωθούν για τις μέχρι σήμερα -αλλά και μελλοντικές- δράσεις του ΕΙΕΠ. Κύρια εξ' αυτών, το 3ο Συνέδριο Κορυφής στην Εξυπηρέτηση Πελατών που θα λάβει χώρα στις 27 Φεβρουαρίου στο ξενοδοχείο Athens Hilton. Η κυρία Μάρθα Καμπύλη, μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του ΕΙΕΠ, που είχε και τη συνολική ευθύνη συντονισμού της εκδήλωσης καλωσόρισε τους παρευρισκόμενους και στη συνέχεια, έδωσε το βήμα στον κ. Δημήτρη Παπανικητόπουλο. Ο Γενικός Γραμματέας του Ινστιτούτου, αφού μετέφερε μήνυμα του Προέδρου, Καθηγητά Γιώργου Πανηγυράκη, που για προσωπικούς λόγους δε μπόρεσε να παρευρεθεί στην εκδήλωση έκανε μία σύντομη αναδρομή από την ημέρα ίδρυσης του ΕΙΕΠ μέχρι σήμερα. «Το ΕΙΕΠ δημιουργήθηκε από το πάθος

όλων μας για την εξυπηρέτηση πελάτη. Το Ινστιτούτο -στα τρία χρόνια λειτουργίας του- προσπαθεί να «ανεβάσει» την ποιοτική εξυπηρέτηση σε ακόμα υψηλότερα επίπεδα. Μέχρι σήμερα, έχουμε διοργανώσει δύο επιτυχημένα συνέδρια ενώ σύντομα θα πραγματοποιηθεί το τρίτο.

συνέχεια στη σελίδα 4



Κοπή Πρωτοχρονιάτικης Πίτας

Σε αυτά έχουν συμμετάσχει πάνω από 1000 άνθρωποι, οι οποίοι ενημερώθηκαν για τις νέες τάσεις και εξελίξεις προερχόμενες από Ευρώπη και Αμερική. Παράλληλα, στο ίδιο χρονικό διάστημα πραγματοποιήθηκαν περισσότερα από 20 workshop, ενώ δημοσιεύθηκαν 15 ηλεκτρονικά newsletter. Λόγω της μεγάλης και συντονισμένης προσπάθειας διάχυσης γνώσης που συντελείται, έχουν διεξαχθεί πέντε έρευνες σε συνεργασία διαφόρων εταιρειών ερευνών, υπό την επίβλεψη και το συντονισμό του Οικονομικού Πανεπιστημίου Βεβαίως. Επίσης, πιστοποιήθηκαν επαγγελματίες στην εξυπηρέτηση πελάτη δύο ακόμη επιχειρήσεων, ενώ βρισκόμαστε σε καλό δρόμο ώστε αυτή η μέθοδος πιστοποίησης να γίνει ακόμα επισημότερη και αναγνωρίσιμη. Σημαντικό κομμάτι του έργου του ΕΙΕΠ αποτελεί η ανταλλαγή γνώσης, εμπειριών και πρακτικών μεταξύ των μελών, κάτι που ελπίζουμε να συνεχιστεί με την ίδια θέρμη και στο μέλλον.

Τέλος, προσπαθούμε να εκμεταλλευτούμε τα σύγχρονα τεχνολογικά μέσα, με την αξιοποίηση της ιστοσελίδας και των ηλεκτρονικών newsletter. Αυτή τη στιγμή έχουμε πάνω από 100 μέλη και η επιτυχία οφείλεται στην αφοσίωση όλων μας στην εξυπηρέτηση πελάτη - και βέβαια στο ΕΙΕΠ». Στη συνέχεια το λόγο πήρε ο κ. Γιώργος Βασιλαράς, Αντιπρόεδρος του Ινστιτούτου, ο οποίος αναφέρθηκε στο επερχόμενο συνέδριο. «Οι Έλληνες είμαστε φιλόξενος λαός» τοποθετούμε σε περίοπτη θέση τον επισκέπτη, εξυπηρετώντας τον όσο καλύτερα μπορούμε. Το Ινστιτούτο λοιπόν έρχεται να καλύψει ένα κενό που υφίσταται τόσα χρόνια. Ήτοι, την ποιοτική βελτίωση της παρεχόμενης εξυπηρέτησης: στόχος του είναι η διαχείριση αυτής της αλλαγής προς την ποιοτική εξυπηρέτηση.

Η διαχείριση αυτή έχει πολλές διαφορετικές συνιστώσες, όπως διάχυση γνώσης, εκπαίδευση, ενημέρωση, τεχνολογικά συστήματα κ.α. Όλα αυτά είναι μέτωπα με τα οποία ασχολούμαστε καθημερινά, όπου η διοργάνωση συνεδρίων καταλαμβάνει εξέχουσα θέση. Αυτά οργανώνονται με εξαιρετική επιτυχία, κάτι που αποδεικνύουν και τα νούμερα: το αντιπροσωπευτικότερο είναι η ικανοποίηση των συμμετεχόντων, η οποία ξεπέρασε το 89%. Ο πήχης είναι ψηλά.

Πρόκληση είναι να πάμε ακόμα ψηλότερα, προσφέροντας κάτι καινούργιο, κάτι διαφορετικό στο τρίτο συνέδριο. Επιλέξαμε ένα θέμα που ίσως στην εξέλιξη του συνεδρίου, «σκάρει» αρκετούς. Πόσο πραγματικά πρέπει να επενδύουν οι επιχειρήσεις στην πιστότητα των πελατών; Που η επένδυση για τον πελάτη γίνεται κόστος; Αυτά είναι δύο μόνο από τα ερωτήματα που θα επιχειρήσει να απαντήσει στο συνέδριο ο Fred Reichheld, με τον οποίο είχα την τύχη να συνεργαστώ στο παρελθόν. Τον Fred Reichheld συνοδεύουν εξαιρετικές περγαμηνές. Είναι ένας άνθρωπος που αγαπάει πολύ αυτό που κάνει, κάτι που τον οδήγησε στη δημιουργία της οικονομετρίας της πιστότητας. Στο συνέδριο πρόκειται να



παρουσιάσει για πρώτη φορά το Net Promoter Score, ένα εργαλείο μέτρησης πιστότητας, το οποίο χρησιμοποιείται τα τελευταία χρόνια από δεκάδες γνωστές επιχειρήσεις ανά τον κόσμο. Έτερος ομιλητής είναι ο Don Hales, Ιδρυτής και Εκτελεστικός Διευθυντής του National Customer Service Awards Foundation, ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού, ο οποίος ουσιαστικά είναι ο σημαντικότερος φορέας Επιβράβευσης Εξαιρετικών Πρακτικών Εξυπηρέτησης Πελάτη στη Μεγάλη Βρετανία.

Ο Don Hales θα μιλήσει για το πώς τα Βραβεία Βοήθησαν τις επιχειρήσεις της Μεγάλης Βρετανίας, τα τελευταία δέκα χρόνια, σε αυτή την αλλαγή πελατοκεντρικής κουλτούρας. Ο θεσμός των βραβείων δημιούργησε μια ευγενή όσο και έντονη άμυλα μεταξύ των επιχειρήσεων, που γενικότερα βοήθησε την κουλτούρα εξυπηρέτησης πελάτη στη Βρετανία να γίνει καλύτερη, πιο «κωδικοποιημένη», όσο και αποτελεσματικότερη.

Επίσης, ο Don Hales πρόκειται να μας συμβουλέψει ώστε να δημιουργήσουμε και τα δικά μας εθνικά βραβεία εξυπηρέτησης πελάτη». Μετά το πέρας των ομιλιών ακολούθησε η κοπή της πρωτοχρονιάτικης πίτας από τον κ. Βασιλαρά, ενώ ακολούθησε η παράδοση των δώρων στους τυχερούς της βραδιάς.



Οι αφοσιωμένοι πελάτες αυξάνουν την κερδοφορία:

Αξιοποιήστε την ευκαιρία να ακούσετε ειδικούς του χώρου και να ανταλλάξετε οι ίδιοι απόψεις για τις νέες τάσεις στο Customer Loyalty. Οι ομιλητές θα απαντήσουν σε καίρια ερωτήματα που αφορούν στην ανάπτυξη της κερδοφορίας μέσα από την Δημιουργία και Διατήρηση αφοσιωμένων πελατών.



3^ο συνέδριο κορυφής στην εξυπηρέτηση πελατών



Driving Performance through Customer Loyalty

27 Φεβρουαρίου 2008
Ξενοδοχείο ATHENS HILTON

Κύριος Ομιλητής: **Fred Reichheld**

Για πρώτη φορά στην Ελλάδα θα έχουμε την ευκαιρία να ακούσουμε τον διεθνούς φήμης ομιλητή σε θέματα αφοσίωσης και εξυπηρέτησης πελατών.

Ο κ. Reichheld περιλαμβάνεται στους 25 κορυφαίους συμβούλους επιχειρήσεων στον κόσμο, σύμφωνα με το Consulting Magazine, ενώ το περιοδικό Economist τον αποκαλεί "The High Priest of Loyalty".

Στο 3ο Συνέδριο Κορυφής, ο κ. Reichheld θα παρουσιάσει την έννοια του Net Promoter Score (NPS) και θα μας δείξει πώς οι εταιρίες σ' όλο τον κόσμο αυξάνουν τα κέρδη τους, μετατρέποντας τους πελάτες τους σε αφοσιωμένους πρεσβευτές των προϊόντων και υπηρεσιών τους.

ΧΟΡΗΓΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:

Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

ΧΟΡΗΓΟΙ BUSINESS ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:

adbusiness

Customer MANAGEMENT

Retail

ΧΟΡΗΓΟΣ ONLINE ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:

EMEA BUSINESS MONITOR

ΟΡΓΑΝΩΣΗ:

**Ελληνικό Ινστιτούτο
Εξυπηρέτησης Πελατών**



ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:

Zita Congress & Travel A.E.
Τηλ.: 211-1001780, Fax: 210-6642116

ACTIVEWAY E.Π.Ε.
Τηλ.: 210-6822101, Fax: 210-6822131

Συμμετοχές: cs2008@zita-congress.gr
www.customerservice2008.gr