



ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

«ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM/CX) FOR CYPRUS SMALL ENTERPRISES» Το νέο σεμινάριο του ΚΕΒΕ (100% Επιχορήγηση από την ΑνΑΔ)



Ημερομηνίες Διεξαγωγής: 24-25/01/2017
(Ξενοδοχείο HILTON)

ΑΝΑΓΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ:

Έρευνες σχετικά με αγορές δείχνουν την όλο και αυξανόμενη τάση των καταναλωτών να διενεργούν διαδικτυακή έρευνα αγοράς πριν από οποιαδήποτε αγορά κάποιου προϊόντος / υπηρεσίας.

Πληροφορίες, κριτικές θετικές ή αρνητικές είναι πλέον διαθέσιμες σε πολλές ηλεκτρονικές πλατφόρμες με αποτέλεσμα να επηρεάζουν τις αποφάσεις καταναλωτών – πελατών.

Οι μικρές επιχειρήσεις θα πρέπει να αντιληφθούν ότι το διαδίκτυο έχει αλλάξει ριζικά τις ισορροπίες δυνάμεων και ότι οι καταναλωτές και οι χρήστες κατέχουν πλέον το πάνω χέρι όσον αφορά την αξιολόγηση και την τελική επιλογή. Η εμπειρία λοιπόν του πελάτη-καταναλωτή όταν είναι καλή και αξιοποιείται από την επιχείρηση μπορεί να βελτιώσει την αποτελεσματικότητά της. Η διαδικασία αυτή είναι γνωστή με

την ονομασία Customer Experience Management (CEM) και σκοπό έχει την ενίσχυση της πιστότητας των πελατών, την αύξηση της πελατειακής βάσης και κατ' επέκταση την αύξηση της κερδοφορίας της επιχείρησης.

Ο βασικός σκοπός του προγράμματος είναι ακριβώς να βοηθηθούν οι μικρές επιχειρήσεις πώς να επιτύχουν να έχουν ένα αποτελεσματικό σύστημα διαχείρισης της εμπειρίας του πελάτη (Customer Experience Management, CEM) και πώς να βελτιώσουν και να διαχειριστούν σωστά το θέμα της Online φήμης και επωνυμίας τους (Online Brand and Reputation). Οι εργοδότες θα πρέπει να κατανοήσουν ότι η Online φήμη και επωνυμία της επιχείρησης τους θα πρέπει να επανακερδηθεί εφαρμόζοντας σύγχρονες μεθόδους προσέγγισης καταναλωτών - πελατών.

ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΟΙ ΚΑΤΑΡΤΙΖΟΜΕΝΟΙ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΣΕ ΘΕΣΗ ΝΑ:

Μετά την ολοκλήρωση της κατάρτισης οι καταρτιζόμενοι πρέπει να είναι σε θέση να:

- Κατανοούν την ψυχολογία των καταναλωτών που αγοράζουν μέσω του διαδικτύου (online) καθώς και κινήτρων για αγορά. Αυτό περιλαμβάνει την κατανομή των πελατών σε δημογραφικές ομάδες καθώς και την διερεύνηση της συμπεριφοράς των υποψήφιων πελατών.
- Αξιολογήσουν την εμπειρία των online πελατών όπως αυτή φαίνεται μέσω των καναλιών κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Google+ and LinkedIn)
- Κατανοήσουν την μεθοδολογία που θα πρέπει να ακολουθήσουν για σχεδίαση και ανάπτυξη ενός προγράμματος σωστής διαχείρισης της εμπειρίας του Καταναλωτή-πελάτη (Customer Experience Management, CEM)
- Κατανοήσουν την διαδικασία του Customer Experience Management (CEM) μέσα από την οπτική γωνία των πελατών τους. Αυτό που διαφοροποιεί μια επιτυχή εφαρμογή ενός προγράμματος CEM από μια απλή εφαρμογή

είναι η κατανόηση της συμπεριφοράς του πελάτη-καταναλωτή

- Γνωρίζουν πώς να αναπτύξουν ή και να βελτιώσουν τα υφιστάμενα συστήματα online πωλήσεων τους (εγγραφή, πώληση, διεκπεραίωση)
- Γνωρίζουν πώς να βελτιώσουν την online επωνυμία (brand) καθώς και το σχετικό περιεχόμενο της ιστοσελίδας τους ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών τους
- Αναπτύξουν πλαίσιο διαχείρισης της online φήμης τους (online Reputation Management) καθώς και online περιεχόμενο που να ανταποκρίνεται σε καταναλωτές - πελάτες
- Χρησιμοποιούν δωρεάν διαδικτυακά εργαλεία συμπεριλαμβανομένου του Google Keywords Tool Finder, Google Analytics, Mailchimp και άλλα για διαχείριση της online φήμης και περιεχομένου τους



Αναλυτικό Ωρολόγιο Πρόγραμμα

Introduction to CEM

Tuesday 24/01/2017

08.45-10.45 (2.00)

Online Consumer Behaviour

This Introductory session reviews how different customer demographics use the internet and interact online with different media channels and products. Definition of consumer demographics and the three main generations:

- Millennials
- Generation X and Baby Boomers
- Online browsing and purchase behaviour using data from the United States and Europe, with specific examples of successful CEM drawn from Cyprus
- Social media trends and technology, including the rise of mobile and mobile apps and The online sales funnel, including both linear and non-linear interpretations of how consumers interact with brands online.

Case Study: Self-assessment of customer demographics and segments

10.45-11.00 (0.25)

Coffee Break

11.00-13.00 (2.00)

CEX/CX at Online Registration and Checkout

This module will review the main online issues in customer experience, focussing on:

- The linear sales funnel
- The iterative sales process
- B2B versus B2C selling online
- The strategic selling process
- Effective user registration
- Effective wishlist
- Effective checkout and payment processes
- Sales fulfilment (delivery, other forms)
- After-sales service
- And Returns and defective product policies.

Case Study: Definition and Evaluation of Registration and Checkout

13.00-14.00 (1.00)

Lunch

14.00-15.45 (1.75)

CEM/CX on Social Media

Social Media channels are rapidly evolving into an active consumer mechanism for evaluation, sharing and self-validation. This module will review the main online issues in customer experience, focussing on main online evaluation channels:

- Facebook
- Google+
- LinkedIn,
- Glassdoor,
- TripAdvisor

Case Study: Claiming social media profiles / developing policy

15.45-16.00 (0.25)

Coffee Break

16.00-17.15 (1.25)

The Customer Experience Roadmap

This module provides a practitioner's methodology towards establishing a strategic roadmap for CEM in Cypriot small enterprises. This is adapted to both B2B2C and B2C clients. Key points in this module include:

- Key drivers of value for your small enterprise / for your consumer
- Charting the value stream from supplier to B2B customer to B2B2C end-user
- Key performance standards: What do you want to achieve?
- How do consumers and customers interact with you?
- What features and experiences do they evaluate?
- What gaps or challenges and opportunities exist?

Case Study: Drafting a Customer Experience Mission Statement



Advanced CEM / CZ

Wednesday 25/01/2017

08.45-10.45 (2.00)

The CEM/CX Workstream

A workstream is defined as the stream of interaction between customer and supplier for a specific product/service.

Documenting a workstream procedure includes:

- Workstream title
- Customer segment
- Communications channel
- Activities and objectives
- 5-10 step description of each activity
- Metrics for success / KPIs
- Cost per activity
- Timescales
- Responsibilities

Case Study: Designing Workstreams

10.45-11.00 (0.25)

Coffee Break

11.00-13.00 (2.00)

Designing Emotionally-Engaging CEM/CX

We will use the FFF model (2012) of online consumer behaviour to illustrate the role of emotional customer experience online. This includes: a) External Factors, b) Internal Factors, c) Buying Motives, d) Filtering Elements, e) Filtered Buying Motives and f) Buying Procedure. This will be adapted with specific reference to successful Cypriot, Greek and other websites for illustration.

Case Study: Definition of Consumer Behaviours and Responses

13.00-14.00 (1.00)

Lunch

14.00-15.45 (1.75)

Branding and Content Development for Online CEM

This module explores the principles of branding as they apply to small enterprises online. Subjects include: Technical Branding issues Online: Brand Positioning, valuation and promise; And Website Content Components for Online Branding

Case Studies: Keyword Testing on Brands/Listing of Website Content for Brand Differentiation

15.45-16.00 (0.25)

Coffee Break

16.00-17.15 (1.25)

Branding and Online Reputation Management (ORM)

This module explores how Cyprus enterprises can improve and manage their online reputation management in terms of CEM, and when problems with CEM include. Subjects include: Policies for dealing with complaints or criticisms on social media: Focus on Facebook, LinkedIn and Google+; other sites such as TripAdvisor or Glassdoor may be covered, depending on participant composition; Procedure for negative search engine result removal requests and removing offensive content from Facebook, including legal take-down requests; Balancing negative comment and ratings with positive ones and pushing negative comments off the viewer screen; Publishing testimonials and press releases on authoritative sites; paying for press releases; continual online monitoring and keyword monitoring; and Legal and malpractice issues in dealing with customer / consumer complaints.

Case Study: Participants will be asked to develop a step-by-step policy for dealing with negative comments based on different scenarios, starting with Facebook.

Discussion and Closing



ΚΥΠΡΙΑΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Δήλωση Συμμετοχής

Επιθυμούμε να σας πληροφορήσουμε ότι ενδιαφερόμαστε να συμμετάσχουμε στο Σεμινάριο που διοργανώνει το ΚΕΒΕ με θέμα:

«ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM/CX) FOR CYPRUS SMALL ENTERPRISES»

Στοιχεία Επιχείρησης / Οργανισμού

Όνομα Επιχείρησης:	
Αρ. Μητρώου Εργοδότη Κοινωνικών Ασφαλίσεων:	
Τηλ.	Φαξ.
Διεύθυνση:	
Τ.Θ.	Τ.Κ.
E-MAIL:	
Αρ. Εργοδοτούμενων:	

Λευκωσία, 24-25/01/2017 (Ξενοδοχείο HILTON)

Στοιχεία Συμμετεχόντων

Ονόματα Συμμετεχόντων:

Θέση στην Εταιρεία:

1.

.....

2.

.....

3.

.....

Ημερομηνία

Υπογραφή