

«BRAND EXPERIENCE MANAGEMENT - AN INNOVATIVE APPROACH TO KEEP YOUR CUSTOMER STRATEGY ON TRACK AND YOUR ORGANISATION FOCUSED ON SUSTAINABLE GROWTH»

(100% Επιχορήγηση από την ΑνΑΔ)



Λευκωσία, Ξενοδοχείο HILTON
07&08/05/2019

ΑΝΑΓΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

Οι πελάτες μας κρίνουν και μιλούν για μας θετικά ή αρνητικά με βάση των εμπειριών που έχουν μαζί μας όταν έρχονται σε επαφή με οτιδήποτε πηγάζει από τη εταιρία μας και συνδέεται με τη μάρκα μας - "the brand experience". Σύμφωνα με την McKinsey, οι εμπειρίες με τη μάρκα μας (brand experiences) αποτελούν το πιο ισχυρό κίνητρο που οδηγεί τους πελάτες μας να μιλήσουν σε άλλους για μας.

Αυτή η 'συνηγορία' των πελατών στο να μιλούν θετικά για μας (Brand Advocacy) είναι αυτό που μετατρέπει τις καλές σε εξαιρετικές εταιρίες και τους παρέχει ισχυρή ανάπτυξη και βιωσιμότητα. Ένα άρθρο με τίτλο "The One Number You Need to Grow" στο Harvard Business Review (από τον Fred Reichheld το 2003) είχε μεγάλη επρροή στο να κάνει πλέον αποδεκτό ότι οι συστάσεις των πελατών αποτελούν το πιο ισχυρό συντελεστή ανάπτυξης μιας επιχείρησης.

Η παροχή εξαιρετικών εμπειριών με συνέπεια σε κάθε σημείο επαφής με τον πελάτη (touchpoint) παρέχει το πιο ισχυρό τρόπο διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό - μία διαφοροποίηση που δεν μπορεί να αντιγραφεί από άλλους.

Το Brand Experience Management αγγίζει όλες τις πτυχές μιας επιχείρησης: τους ανθρώπους της, τους πόρους της, τη δομή της και την ανάπτυξή της. Έχει καθιερωθεί από πάρα πολλές επιχειρήσεις ανατολίτιο (μεγάλες και μικρές) στο επίκεντρο της εφαρμογής και εκτέλεσης της στρατηγικής πελατών.

Η σωστή εφαρμογή της φιλοσοφίας του "Brand Experience Management" παρέχει στην εταιρία εστίαση στη στρατηγική, άμεση ανταπόκριση από όλους, συνεργασία (organisational collaboration) και υπευθυνότητα σε όλα τα επίπεδα: από τη πρώτη γραμμή, στη υποστήριξη (back-office) και διεύθυνση.

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

- Κατανοούν την έννοια του "brand experience management", το πόσο σημαντικό είναι στη εκτέλεση της στρατηγικής πελατών (customer strategy) και το πως συμβάλλει στη διαφοροποίηση, σταθερή ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης
- Γνωρίζουν πια είναι τα βασικά στοιχεία και αρχές ενός συστήματος Brand Experience Management
- Γνωρίζουν πώς να καταγράφουν σε λεπτομέρεια τη διαδρομή που ακολουθεί ο πελάτης (customer journey) και τα σημεία τα οποία είναι καθοριστικά (moments of truth and moments of pain)
- Παράλληλα να κατανοούν πώς το 'customer journey' επηρεάζεται από τη συνεργασία (organisational collaboration) μεταξύ της πρώτης γραμμής, της υποστήριξης (back-office), της διεύθυνσης και όλη τη οργάνωση και διαδικασίες τη εταιρία. Και βάση αυτού να γίνεται 'χαρτογράφηση' των διαδικασιών σε όλα τα επίπεδα που καθορίζουν την εμπειρία που έχει ο πελάτης.
- Κατανοούν πως η συνεχής εντόπιση αδυναμιών χρειάζεται συνεχής 'διάλογο' (feedback) με τους πελάτες. Επιπλέον θα μπορούν να εφαρμόσουν ένα σύστημα αναπληροφόρησης όπως είναι το NPS (Net Promoter Score - System) που χρησιμοποιείται από πολλές μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις
- Καταλαβαίνουν τη μεθοδολογία και το πως να δημιουργήσουν ένα σύστημα και τα αναγκαία εργαλεία για τη σωστή διαχείριση της εμπειρίας που θέλει η εταιρία να παρέχει στους πελάτες της - Brand Experience Management



ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ

Το πρόγραμμα καλύπτει τις ανάγκες οργανισμών / επιχειρήσεων που θέλουν να εφαρμόσουν ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα "Brand Experience Management". Το πρόγραμμα απευθύνεται σε Διευθυντικά και Ανώτερα Στελέχη καθώς και σε επιστημονικό προσωπικό επιχειρήσεων και οργανισμών που έχουν ευθύνη σε θέματα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων, των ανθρώπινων πόρων των επιχειρήσεων τους ή το στρατηγικό σχεδιασμό.

Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα που είναι πρακτικής φύσης περιλαμβάνει τόσο Ιδρυματική όσον και Ενδοεπιχειρησιακή κατάρτιση.

ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ

Εγγύηση για την επιτυχία του Επιμορφωτικού προγράμματος αποτελεί το γεγονός ότι σ' αυτό θα διδάξουν οι εμπειρογνώμονες κ.κ. **Elie Wakil και Ανδρέας Χριστόπουλος**. Σημειώνεται ότι το πρόγραμμα θα διεξαχθεί στην Αγγλική γλώσσα όμως παρεμβάσεις και συζητήσεις μπορούν να γίνουν και στην Ελληνική.

ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (€1530 + €290.70 Φ.Π.Α.)

Το πρόγραμμα έχει εγκριθεί από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού σαν πρόγραμμα ζωτικής σημασίας. Το πρόγραμμα επιχορηγείται εξ' ολοκλήρου από την ΑνΑΔ και ως εκ τούτου δεν υπάρχει οποιαδήποτε οικονομική επιβάρυνση για τις επιχειρήσεις / οργανισμούς, εξαιρουμένου του Φ.Π.Α. Να σημειωθεί ότι και το Φ.Π.Α. επιστρέφεται στις εταιρείες και δεν αποτελεί κόστος για τις επιχειρήσεις.

Πρόκειται πραγματικά για μια **ανεπανάληπτη και οικονομικά συμφέρουσα** ευκαιρία που προσφέρεται για αναβάθμιση των Κυπριακών Επιχειρήσεων αφού το πραγματικό κόστος συμμετοχής αν δεν υπήρχε η επιχορήγηση της Αρχής θα ήταν τουλάχιστο **€1530** και προτρέπονται όλοι όπως την εκμεταλλευθούν στο έπακρο.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ

Το ΚΕΒΕ θα εφοδιάσει όλους τους συμμετέχοντες με Πιστοποιητικό Παρακολούθησης.

ΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Οι Δηλώσεις Συμμετοχής να αποστέλλονται στο ΚΕΒΕ, e-mail: gvenizelou@ccci.org.cy φαξ. 22668630 **το αργότερο μέχρι την Πέμπτη 02 Μαΐου 2019.**

Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλείσθε όπως επικοινωνείτε με τον κ. Χρίστο Ταντελέ στο ΚΕΒΕ, τηλ. 22889840, φαξ: 22668630, Τ.Κ. 21455, 1509 Λευκωσία.

Με εκτίμηση,
Χρίστος Ταντελέ
για Γενικό Γραμματέα

/ΓΒ

Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την ΑνΑΔ. Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν με εργοδοτούμενους τους, οι οποίοι ικανοποιούν τα κριτήρια της ΑνΑΔ, θα τύχουν της σχετικής επιχορήγησης.





ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

TUESDAY 07/05/2019

- 09:00-09:30 (00:30) Introduction and Objectives**
- Introducing the delegates
 - Expectations of the delegates
- 09:30-11:00 (01:30) Brand Experience Management: importance and rational**
- Group task: brand experience knowledge & perception
 - Successful brand experience management: the areas of focus
 - Why is brand experience important
 - History and Development of brand experience: from the age of manufacture to the age of the customer
 - What happens when brand experience management is applied: a real story – sustaining growth through customer focus
- 11:00-11:15 (00:15) COFFEE BREAK**
- 11:15-12:15 (01:00) Basic Elements and Principles of Brand Experience Management**
- What does it take to build a successful brand experience
 - People - Leadership & Executive buy-in
 - Insights – Building Customer Centric Goals
 - Technology with human overlay
- 12:15-13:30 (01:15) Designing the Brand Experience**
- Measuring the experience and obtaining customer insights
 - Overview of customer engagement – setting the priorities and the customer value proposition
 - What brand experience for our customers
 - Group work: understanding segmentation
- 13.30-14.30 LUNCH**
- 14.30-16.00 (1:30) The Buyer/Customer Journey**
- Buyer Journey the Customer Journey and Brand Experience
 - Moments of truth
 - The airline case study
- 16.00-16.15 (0:15) COFFEE BREAK**
- 16.15-17.30 (1:15) Case Study 1: Customer stages of brand experience (hypermarket)**
- Preparation for board meeting: review brand experience
 - Identify stages and moments of truth of brand experience currently delivered



WEDNESDAY 08/05/2019

- 09:00-10:00 (01:00) First day overview group work**
- Summary and feedback
 - Prepare presentation for day 1 learning points
 - Plenum discussion
- 10:00-11:00 (01:00) Organisational collaboration and responsibility:**
- The tools for organisational collaboration
 - Group work: Organisational collaboration a necessity for brand experience – finding your own formula
 - Plenum discussion
- 11:00-11:15 (00:15) COFFEE BREAK**
- 11:15-13:00 (01:45) Process mapping and the buyer/customer journey**
- Internal mapping of responsibilities
 - The customer, the frontline and the back office
 - **Case Study 2:** Process mapping (hypermarket)
 - o Build on Case 1 to develop a process mapping diagram
 - o Identify importance of responsibilities and organisational collaboration in delivering the required brand experience
 - Plenum discussion on key learnings
- 13:00-14:00 (1:00) LUNCH**
- 14:00-15:00 (1:00) Customer feedback process driving Organisational collaboration:**
- Need for simple regular feedback process
 - Net Promoter System
 - Closing the loop – tactical level
 - Closing the loop – strategic level
 - Group work: Implications of implementing a regular customer feedback system in a company. Discuss drivers and barriers
- 15:00-15:30 (0:30) The use of technology as an enabler:**
- Creating responsibility and accountability across the organisation
- 15:30-15:45 (0:15) COFFEE BREAK**
- 15:45-16:30 (0:45) Causes of failure in implementing a Brand Experience program:**
- Group work: discuss possible causes of failure within your own system
- 16:30-17:00 (0:30) Company readiness:**
- The dimensions
 - Individual exercise to evaluate own company readiness
 - Plenum discussion
- 17:00-17:30 (0:30) Follow up workshop**
- Explanation and homework
 - Discussion
 - Closing remarks

EW: Elie Wakil

AC: Andreas Christopoulos



Δήλωση Συμμετοχής

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

«BRAND EXPERIENCE MANAGEMENT - AN INNOVATIVE APPROACH TO KEEP YOUR CUSTOMER STRATEGY ON TRACK AND YOUR ORGANISATION FOCUSED ON SUSTAINABLE GROWTH»

Στοιχεία Επιχείρησης / Οργανισμού

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

☐ Λευκωσία, 07 & 08/05/2019 (Ξενοδοχείο *HILTON*)

Στοιχεία Συμμετεχόντων

Ονόματα Συμμετεχόντων:

Θέση στην Εταιρεία:

1.
2.
3.

«Εγώ ο/η _____, δηλώνω ότι είμαι άνω των 18 ετών. Εξουσιοδοτώ το ΚΕΒΕ να χρησιμοποιούν όλα τα πιο πάνω προσωπικά δεδομένα με σκοπό την συμμετοχή στο πιο πάνω σεμινάριο. ☐

Εξουσιοδοτώ το ΚΕΒΕ να μου αποστέλλουν παρόμοιες φύσης με την πιο πάνω εκδήλωση ενημερωτικό υλικό σε μελλοντικό χρόνο. ☐

Ενημερώνομαι ότι δύναται να αναρτηθούν σε ιστοσελίδες ή/και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φωτογραφίες ή/και βίντεο από τη συγκεκριμένη εκδήλωση στις οποίες εμφανίζομαι, για σκοπούς προβολής της εκδήλωσης. Εάν δεν προβείτε στη σχετική εξουσιοδότηση προς το ΚΕΒΕ για τη διατήρηση των δεδομένων σας για μελλοντική επικοινωνία, αυτά θα καταστραφούν με το πέρας της εκδήλωσης. Πέραν του δικαιώματος απόσυρσης της συγκατάθεσής σας, διαθέτετε επίσης τα δικαιώματα πρόσβασης, διόρθωσης, διαγραφής, φορητότητας, περιορισμού ή αντίταξης στην επεξεργασία των δεδομένων σας, τα οποία μπορείτε να εξασκήσετε μέσω γραπτής αίτησης στο ΚΕΒΕ. Διαθέτετε επίσης το δικαίωμα καταγγελίας στο Γραφείο Επιτρόπου Προσωπικών Δεδομένων».

Ημερομηνία Υπογραφή