



## 1. DIGITAL MARKETING

### Ενδεικτική θεματολογία προγράμματος:

#### Α] Εξελίξεις στην Παγκόσμια αγορά τουρισμού, ευκαιρίες και προοπτικές

- Νέες τάσεις, εργαλεία και προσεγγίσεις marketing στην επικοινωνία των Ξενοδοχείων. Άνοιγμα σε νέες αγορές και ειδικά κοινά
- New era travel trends: Τάσεις και επιδράσεις από τις νέες μορφές εξειδικευμένου τουρισμού
- Booking Platforms, MetaSearch & OTAs (Online Travel Agents): Όλες οι τελευταίες εξελίξεις, αναδιάρθρωση της αγοράς, παλιοί και νέοι παίκτες, ευκαιρίες και απειλές

#### Β] Συμπεριφορά καταναλωτή στο ψηφιακό περιβάλλον

- Traveler's online journey. Το ταξίδι της απόφασης των χρηστών από την πρόθεση αγοράς μέχρι το τελικό booking. Πώς να στοχεύσουμε τα καθοριστικά micromoments
- Thing Global, Act Local: πως αναγνωρίζουμε search patterns και πως αξιοποιούμε τις αναζητήσεις για τοπικό περιεχόμενο
- Wisdom of crowds: πώς θα δημιουργήσουμε λογαριασμούς με πολλούς ακολούθους και παράλληλα πως θα διαφημίσουμε την επιχείρησή μας δωρεάν

#### Γ] Online Reviews & Reputation building

- TripAdvisor: Η πλατφόρμα βαρόμετρο για την εικόνα μας και τις κριτικές των πελατών (παραδείγματα και συμβουλές)
- Airbnb στην αγορά ξενοδοχείων – Premium κοινά και ομαδικά κοινά
- Καλές πρακτικές για να επιτύχουμε θετικά Reviews που θα ενισχύσουν την εικόνα και την προβολή μας
- Google my business: Γιατί είναι απαραίτητο, πώς βοηθάει στην διάκριση από τον ανταγωνισμό
- Brand Ambassadors: Πώς να αξιοποιήσουμε τις αναρτήσεις των χρηστών για να προσελκύσουμε νέους πελάτες και να κάνουμε τους δικούς μας να μιλάνε για μας. (tips & παραδείγματα για δωρεάν προβολή της επιχείρησής μας)

#### Δ] Ταξίδια εμπειριών

- Live like a local - Experiences: Η νέα τάση που οδηγεί την αγορά τουρισμού. Πως μπορούμε να την εκμεταλλευτούμε προς όφελος μας
- “Θεματικά” Ξενοδοχεία εμπειριών: Find online, experience live (offline). Το marketing στην υπηρεσία προσέλκυσης niche κοινών
- Πότε να δημοσιεύουμε περιεχόμενο για να έχει μεγαλύτερη απήχηση και πώς να αξιοποιούμε ευκαιρίες με βάση την επικαιρότητα (editorial calendar)
- Φωτογραφίες/βίντεο: Έμφαση στην εικόνα. Πώς να επιλέγουμε τις καθοριστικές φωτογραφίες που θα βοηθήσουν την παρουσία μας να ξεχωρίσει. Γιατί βοηθάει να τις ανανεώνουμε. Μυστικά και καλές πρακτικές

#### Ε] Εργαλεία και τεχνικές για δημιουργία περιεχομένου και ανάπτυξη κοινού.

- Δωρεάν εργαλεία για δημιουργία επαγγελματικού περιεχομένου χωρίς την ανάγκη γραφίστα (αναλυτική παρουσίαση δημιουργία γραφικών, animation κλπ.)
- 360 photo/videos και Virtual Tours Η πρόκληση από την εφαρμογή των νέων τεχνολογιών και πως αυτά γίνονται εργαλεία προβολής
- Εργαλεία Data Mining & Data Monitoring: Τι είναι, πως τα αξιοποιούμε για να βλέπουμε τι γράφουν για μας και τον ανταγωνισμό
- Εστιασμένη διαφήμιση (smart targeting options) Τεχνικές επανεστίασης (Remarketing ή Retargeting)
- SEO friendly hints & tips, πώς να εμφανιζόμαστε ψηλότερα στις μηχανές αναζήτησης



## 2. ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

### Σκοπός

Στο τέλος της εκπαίδευσης οι συμμετέχοντες:

- θα αυξήσουν την αποδοτικότητά τους
- θα έχουν βελτιώσει το ηθικό τους και την πίστη στο ρόλο τους και την επιχείρηση
- θα παρέχουν ομοιογενή και επαγγελματική εξυπηρέτηση
- θα «φτιάξουν» θετική ψυχολογία και θα νιώθουν μεγαλύτερη σιγουριά και αυτοπεποίθηση με τους πελάτες
- θα βελτιώσουν τα εικόνες της επιχείρησης
- θα μπορούν να αντιμετωπίσουν αντιρρήσεις και παράπονα πελατών σε οποιαδήποτε μορφή και αν εκφέρονται
- θα μπορούν να εφαρμόσουν πρακτικές και δοκιμασμένες τεχνικές στην καθημερινή τους δουλειά

### Ενότητες προγράμματος

#### Εισαγωγή – Γενικά Στοιχεία

- Εισαγωγή - Γνωριμία - Στόχοι του προγράμματος
- Ο ρόλος του στελέχους στην Εικόνα της επιχείρησης
- Η εξυπηρέτηση, η σημασία της και τα χαρακτηριστικά της
- Η σημασία υιοθέτησης κοινού τρόπου επικοινωνίας με τον πελάτη

Άσκηση: «Τί Δουλειά Κάνετε;»

#### Η Ψυχολογία της Εξυπηρέτησης του Πελάτη

- Ο πελάτης είναι ο προϊστάμενός σας !
- Μάθετε τι υπηρεσίες παρέχετε στους πελάτες σας
- Οι βασικές ανάγκες των πελατών σας
- Ικανοποίηση των βασικών αναγκών των πελατών
- Η εξατομίκευση της ανάγκης και ο χειρισμός των διαφορετικών ανθρώπων
- Ο πελάτης έχει πάντα δίκιο;
- Βάλτε τους πελάτες στο παιχνίδι
- Εξασφαλίστε αναπληροφόρηση
- Όταν κάτι πάει στραβά...
- Συνηθισμένες περιπτώσεις πωλήσεων και τύπων πελατών

Άσκηση: «Διάγνωση και Ικανοποίηση Βασικών Ανθρώπινων Αναγκών»

#### Επικοινωνία

- Σημασία και βασικά στοιχεία για ποιοτική επικοινωνία
- Αποτελεσματική ακρόαση του πελάτη
- Τεχνικές ερωτήσεων – ανοικτές και κλειστές ερωτήσεις
- Θετικές φράσεις και λέξεις-κλειδιά - Τί λέμε, τί δεν λέμε, πώς το λέμε
- Γλώσσα σώματος
- Τηλεφωνική επικοινωνία

Handout: «Δεν Θέλουμε Τέτοιους, Τέτοιους Θέλουμε»

Ερωτηματολόγιο: «Ξέρετε να Επικοινωνείτε Σωστά;»



## 3. BUSINESS PLAN

### Σκοπός

Η κατανόηση και εξοικείωση με τις πλέον σύγχρονες διαδικασίες, τεχνικές και μεθοδολογίες που εφαρμόζονται στον επιχειρησιακό προγραμματισμό με σκοπό τη διασύνδεση των δεξιοτήτων τους με βασικές επιχειρηματικές παραμέτρους οι οποίες πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψιν σε όλες τις επιχειρηματικές αποφάσεις και την άμεση χρησιμοποίησή τους στην καθημερινότητα της εργασίας.

### Ενότητες προγράμματος

- Μελέτη ενός Ολοκληρωμένου Επιχειρησιακού Σχεδίου
- Διοικητική προσέγγιση, σχεδιασμός προκαταρκτικών αναλύσεων
- Ποσοτικοποίηση υποθέσεων περιφερειακών προϋπολογισμών
- Οικονομικοί Δείκτες (Key Economic Indicators)
  - Προϋπολογισμός Πωλήσεων και Marketing (Sales and Marketing Planning)
  - Προϋπολογισμός Παραγωγής (Production Planning)
  - Προϋπολογισμός Πρώτων Υλών (Raw Materials Planning)
  - Προϋπολογισμός Εξόδων (Revenue Expenditure Planning)
  - Προϋπολογισμός Δαπανών Παγίου Κεφαλαίου (Capital Expenditure Planning)
  - Προϋπολογισμός Εξόδων (Revenue Expenditure Planning)
  - Προϋπολογισμός Ειδικών Ομάδων (Διαφήμισης, Μισθοδοσίας κλπ.)
- Έλεγχος (Audit) του Business Plan
- Διαδικασίες αναθεώρησης στόχων - μηχανισμοί τακτικών ελέγχων
- Διορθωτικές ενέργειες συνηθέστερων προβλημάτων
- Έγγραφα - Documentation



## 4. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ

### Σκοπός

Όσοι συμμετάσχετε στο εκπαιδευτικό πρόγραμμα **Διαχείριση Παραπόνων**, θα ωφεληθείτε διπλά:

- Αφ' ενός θα βελτιώσετε τις ικανότητες και τις δεξιότητες σας για να διαχειρίζεστε ακόμη καλύτερα τα παράπονα των πελατών, να λύνετε ακόμη ευκολότερα προβλήματα και να αντιμετωπίζετε ακόμη πιο αποτελεσματικά τις δύσκολες καταστάσεις.
- Αφ' ετέρου, θα πάρετε μια ιδέα για το πώς θα δημιουργήσετε ένα πλαίσιο εκπαίδευσης της ομάδας σας, έτσι ώστε όλοι να λειτουργούν αποτελεσματικά και, κυρίως, με ομοιογένεια κατά την αντιμετώπιση τέτοιων καταστάσεων.

Στο τέλος της εκπαίδευσης:

- ✓ Θα είστε σε θέση **να διαχειριστείτε καλύτερα παράπονα και δύσκολες καταστάσεις** με τους πελάτες σας
- ✓ Θα γνωρίζετε πώς να αναπτύξετε **θετική ψυχολογία** στην ομάδα σας για να αντιμετωπίζει ευκολότερα οποιαδήποτε δύσκολη κατάσταση με τους πελάτες
- ✓ Θα δημιουργήσετε ένα **πλαίσιο εκπαίδευσης** της ομάδας σας για **να διαχειρίζονται όλοι αποτελεσματικά και με ομοιογένεια** τα παράπονα και τις δύσκολες καταστάσεις

### Ενότητες προγράμματος

- Ψυχολογική προετοιμασία
- Ο 'κάλλιστος' φαύλος κύκλος
- Ανάπτυξη θετικής στάσης
- Γιατί χάνονται οι πελάτες;
- Γιατί να ασχοληθώ; Τι χάνουμε εμείς;
- Τί περιμένουν οι πελάτες από τον υπάλληλο που τους εξυπηρετεί;
- Βασικά στοιχεία Συναλλακτικής Ανάλυσης
- Συμπεριφορά 'Παιδιού'
- Συμπεριφορά 'Γονέα'
- Συμπεριφορά 'Ενήλικα'
- Πώς εκλαμβάνουμε τα παράπονα των πελατών
- Διαδικασία χειρισμού παραπόνων
- Επίλυση προβλημάτων
- Ο πελάτης έχει πάντα δίκιο;
- Όταν κάτι πάει στραβά, εκμεταλλευτείτε το
- Βάλτε τους πελάτες στο παιχνίδι
- Ψυχολογία δύσκολων πελατών
- 'Το σύνδρομο του γρύλλου'
- Εκτόνωση θυμού
- Αντιμετώπιση δύσκολων πελατών
- Αντιμετώπιση χυδαιολογίας
- Πλαίσιο εκπαίδευσης εργαζόμενων για να διαχειρίζονται πιο αποτελεσματικά παράπονα και δύσκολες καταστάσεις



## 5. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING

### Σκοπός

Ο Τουρισμός αναμφισβήτητα κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό στο ΑΕΠ όλων των αναπτυγμένων χωρών ενώ αποτελεί και τον μεγαλύτερο εργοδότη παγκοσμίως. Κι όμως, ο παγκόσμιος Τουρισμός αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις οι οποίες σχετίζονται με τη βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης αλλά και την ορθή κατανομή και διαχείριση των υπαρχόντων φυσικών πόρων, όπως ακριβώς συμβαίνει με κάθε ζωντανό κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας που έρχεται αντιμέτωπο με τη διαρκώς εξελισσόμενη διεθνή πραγματικότητα.

Μέσα σε αυτές τις εξελίξεις στην οικονομία και τον τουρισμό παγκοσμίως, η υιοθέτηση του Τουριστικού Μάρκετινγκ είναι η απάντηση κάθε σύγχρονης τουριστικής επιχείρησης στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες που επικρατούν στην αγορά τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

### Σε ποιους απευθύνεται

Το συνοπτικό, αλλά εντατικό, σεμινάριο απευθύνεται σε επιχειρηματίες και στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών, τα οποία επιθυμούν να εμβαθύνουν τις γνώσεις τους στο τουριστικό μάρκετινγκ.

### Ενότητες προγράμματος

- Εισαγωγή στο Τουριστικό Μάρκετινγκ
- Ανάλυση Τουριστικών Αγορών σε Ελλάδα και Διεθνώς, Εσωτερική Ανάλυση
- Τμηματοποίηση Τουριστικής Αγοράς
- Στόχευση και Τοποθέτηση Τουριστικού Προϊόντος και Υπηρεσιών
- Διοίκηση Χαρτοφυλακίου Τουριστικών Προϊόντων και Υπηρεσιών
- Ανάπτυξη Μίγματος Μάρκετινγκ για τουριστικές επιχειρήσεις: Στρατηγικές Branding – Τιμολόγησης – Διανομής – Προώθησης για τουριστικές επιχειρήσεις
- Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ και Ηλεκτρονικός Τουρισμός