

## ΣΥΝΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

- ❑ Η οργάνωση των πωλήσεων μέσα στο χώρο της επιστήμης και της τεχνικής
- ❑ Πόροι πωλήσεων συνεργάτη
- ❑ Τι είναι A.I.C.D.A; Σύνθημα;
- ❑ Τεχνική των ερωτήσεων για έλεγχο και πληροφορίες
- ❑ «Πουλώντας τα οφέλη» – όχι τα χαρακτηριστικά
- ❑ Πειθώ – Χειρισμός αντιρρήσεων.
- ❑ Επικοινωνία – Συνεργασία – Ομαδικότητα
- ❑ Διατήρηση πελατών
- ❑ Ενίσχυση δικτύου εμπόρων
- ❑ Αφοσίωση πελατών (customer loyalty)
- ❑ Ανάπτυξη Πωλήσεων και MIS
- ❑ Τεχνική υποστήριξη πωλήσεων
- ❑ Προωθητικές ενέργειες
- ❑ Καθολικός κατάλογος προωθήσεων
- ❑ Αναλυτική μελέτη περιπτώσεων (case studies) – ασκήσεις

## ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ

10 ώρες (5 ημέρες x 2 ώρες)

## ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ

## Κωνσταντίνος Διακομανώλης

*Πτυχιούχος Οικονομικού Πανεπιστημίου Πειραιά  
Μεταπτυχιακό Οργάνωσης Επιχειρήσεων*

Διετέλεσε διευθυντής πωλήσεων και Marketing για οκτώ έτη στην 3M Hellas AE και για τρία έτη στην ALKO ΕΛΛΑΣ ΑΕ. Διαθέτει 25 χρόνια εμπειρίας στην εκπαίδευση στελεχών τμημάτων πωλήσεων αλλά και προσωπικού. Είναι συγγραφέας του βιβλίου «Η Επιστήμη των Πωλήσεων» (Εκδόσεις Σταμούλη, 2008).

## ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ

Το πρόγραμμα αυτό απευθύνεται:

- σε επιχειρηματίες, σε μέλη Διοικητικών Συμβουλίων, σε στελέχη επιχειρήσεων που χαράζουν στρατηγικές και πολιτικές για την πορεία της εταιρείας τους.
- σε πεπειραμένους και λιγότερο πεπειραμένους πωλητές.
- σε όλους όσους εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με την διαδικασία των πωλήσεων και έρχονται σε απευθείας επικοινωνία με τους πελάτες προσωπικά ή στο τηλέφωνο.
- σε όλους που θέλουν να βελτιώσουν τις σχέσεις τους με τους συναδέλφους τους.
- σε όλους όσους δραστηριοποιούνται στο χώρο των καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων καθώς και σε υπηρεσίες που εμπλέκονται στο σχεδιασμό και υλοποίηση επιχειρηματικών προγραμμάτων.

## ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

- να ανακαλύψουμε γνώμες, ιδέες, απόψεις και συναισθήματα που εμποδίζουν ή προσθέτουν στην αποτελεσματικότητα.
- να αποκτήσουμε εμπειρία σε θέματα συνεργασίας και επίτευξης συμφωνίας με άλλα άτομα.
- να κατανοήσουμε τις τεχνικές Marketing (τον σχεδιασμό και την υλοποίηση των στόχων του Marketing plan).
- να μεθοδεύσουμε την προσέγγιση της ομάδας των πωλήσεων και την κατάρτισή της σε αποδεδειγμένα αποτελεσματικές τεχνικές πωλήσεων.
- Σαν αποτέλεσμα όλων, να μεγαλώσουμε την εταιρεία, να γίνουμε ηγέτες στην αγορά, και να αυξήσουμε τα κέρδη.