



ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Σεμινάριο για Στελέχη με θέμα: “ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ (eCRM) ΣΤΟ

Ξενοδοχείο INTERCONTINENTAL, 20 ΜΑΡΤΙΟΥ 2008 (15:30 – 19:30)

Γενικό Εισαγωγικό Σημείωμα

Αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα πολλές επιχειρήσεις εφαρμόζουν τη φιλοσοφία Ηλεκτρονικής Διαχείρισης Σχέσεων Πελατών (Electronic Customer Relationship Management) στην αλληλεπίδραση τους με επιχειρηματικούς πελάτες (B2B) και καταναλωτές (B2C) χρησιμοποιώντας τα διαθέσιμα εμπορικά συστήματα CRM και τις Τεχνολογίες Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών (ICT) γενικότερα. Οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα συστήματα αυτά έχουν σαν βασικό στόχο τον ανασχεδιασμό και την αυτοματοποίηση των διαδικασιών που διέπουν τις σχέσεις με τους πελάτες (δηλ. front-end διαδικασίες), μειώνοντας το κόστος και βελτιώνοντας το επίπεδο εξυπηρέτησης και ικανοποίησης των πελατών προσφέροντας παράλληλα λύσεις σε προβλήματα, καινοτομικές προτάσεις αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών και ελκυστικά μετρήσιμα αποτελέσματα. Τα συστατικά στοιχεία των εφαρμογών CRM αναφέρονται στις λειτουργίες του Μάρκετινγκ, των Πωλήσεων και της Εξυπηρέτησης Πελατών προσφέροντας τεράστιες δυνατότητες παραμετροποίησης και ολοκλήρωσης με ενδοεπιχειρησιακά και διεπιχειρησιακά πληροφοριακά συστήματα (π.χ. ERP, SCM). Στο σεμινάριο θα παρουσιαστούν πραγματικές μελέτες περιπτώσεων από την Ελλάδα και το εξωτερικό και θα δοθεί έμφαση στο πως τα συστήματα CRM δίνουν λύση στα εκάστοτε προβλήματα καθώς επίσης και στα αντίστοιχα αποτελέσματα που προκύπτουν από τη χρήση των συστημάτων αυτών. Παράλληλα θα δοθεί έμφαση στην ανάλυση των κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας που αφορούν στην αποτελεσματική υιοθέτηση και αξιοποίηση των CRM συστημάτων και θα παρουσιαστούν αποτελέσματα σχετικών ερευνών. Τέλος, θα γίνει μια θεωρητική επισκόπηση σχετικά με το τι πραγματικά σημαίνει το CRM (π.χ. αντικείμενο της Πληροφορικής ή του Μάρκετινγκ;) καθώς επίσης και μια παρουσίαση των σχετικών ερευνητικών και επιχειρηματικών τάσεων.

Ενότητα 1: Θεωρητική Επισκόπηση Ηλεκτρονικής Διαχείρισης Σχέσεων Πελατών (e-CRM)

- Εισαγωγή, γενικά περί CRM/eCRM (Ορισμοί και Ερευνητικές Προσεγγίσεις)
- Σύγχρονες Τάσεις στις Σχέσεις Επιχείρησης-Πελάτη
- Τα Οφέλη του και τα Συστατικά Στοιχεία του CRM Λογισμικού
- Λόγοι Αποτυχίας Έργων CRM και Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ
- Εφαρμογή της CRM Φιλοσοφίας και ο ρόλος της Τεχνολογίας
- Ενδεικτικές CRM Μετρικές
- Συμπεράσματα, Διοικητικές Προτάσεις και Ερευνητικές Κατευθύνσεις
- Μελέτες περιπτώσεων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Το Σεμινάριο απευθύνεται σε

- Στελέχη Μάρκετινγκ
- Στελέχη Πωλήσεων
- Υπεύθυνους Εξυπηρέτησης Πελατών
- Στελέχη Πληροφορικής

Ενότητα 2: CRM και Επιχειρηματική Πρακτική

- Εισαγωγή – Τι πραγματικά είναι το CRM;
- Ποιες εταιρικές διαδικασίες καλύπτει ένα CRM σύστημα;
- Η αξία της σωστής διαχείρισης του πελάτη - Πολυκαναλική διαχείριση
- Επεκτάσεις των CRM (e – CRM, PRM, Data mining)
- Οι βασικές αρχές της σωστής υλοποίησης ενός CRM Project
- Συμπεράσματα ερευνών στην Ελλάδα για την υιοθέτηση CRM συστημάτων
- Μελέτες περιπτώσεων Ευρωπαϊκών ΜΜΕ

Θα παρουσιαστούν Πρακτικά παραδείγματα και εφαρμογές από **Ελληνικές Επιχειρήσεις**

Εισηγητές Σεμιναρίου

- Αδάμ Βρεχόπουλος (ELTRUN, Λέκτορας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών)
- Ανδρέας Γαλανής (Σύμβουλος CRM)

Κόστος Συμμετοχής: 130€ +ΦΠΑ, Alpha Bank, Αρ.Λογ. 164 00 2320002730

Για πληροφορίες και συμμετοχή: Γραφεία ΣΕΛΠΕ, κα. Φωτεινή Βασάκου, τηλ. 2106727385

Επιστημονική Οργάνωση Σεμιναρίου: Εργαστήριο Ηλεκτρ. Εμπορίου – ELTRUN, Οικον. Πανεπιστήμιο Αθηνών, Επιστημονικός Υπεύθυνος Καθ. Γιώργος Δουκίδης