**Πρότυπο εκπαιδευτικού δελτίου**

|  |  |
| --- | --- |
| **Τίτλος**  |  **Αύξηση του επιπέδου εξυπηρέτησης πελατών** |
| **Λέξεις-κλειδιά (μετα-ετικέτα)** | εξυπηρέτηση πελατών, προσδιορισμός των αναγκών, ψηφιακή/μη ψηφιακά  |
| **Γλώσσα** | Ελληνικά |
| **Στόχοι / Μαθησιακά αποτελέσματα** | Μέχρι το τέλος της συνεδρίας οι μαθητές θα μπορούν να: LO1: Κατανοήσουν τις ανάγκες των πελατών.LO2: Εστιάσουν στις απαιτήσεις του πελάτηLO3: Προσδιορίσουν τι είναι «αρκετή» εξυπηρέτηση πελατών.LO4: Ξεχωρίσουν τη ψηφιακή έναντι της μη ψηφιακής εξυπηρέτησης πελατών. |
| **Περιοχή προπόνησης: (Επιλέξτε μία)** |
| **Online / Ψηφιακό Μάρκετινγκ / Ασφάλεια στον Κυβερνοχώρο** | **X** |
| **Ηλεκτρονικό Εμπόριο / Χρηματοδότηση** |  |
| **Ψηφιακή Ευεξία** |  |
| **Έξυπνη εργασία / Ψηφιακοί Νομάδες** |  |
| **Περιγραφή** | **Αυτή η συνεδρία επικεντρώνεται στην αξιολόγηση των συνεχώς αυξανόμενων απαιτήσεων εξυπηρέτησης πελατών πριν και μετά την αγορά τόσο των ψηφιακών όσο και των μη ψηφιακών πελατών. Σήμερα οι πελάτες γνωρίζουν περισσότερο τις υπηρεσίες που παρέχονται από τους προμηθευτές και συνήθως λαμβάνουν μια απόφαση με βάση αυτό. Θα εξεταστούν τόσο η ψηφιακή όσο και η μη ψηφιακή εξυπηρέτηση πελατών, καθώς και τρόποι προσδιορισμού των αναγκών των πελατών και ενσωμάτωσής τους στις προτεινόμενες προσφορές.** |
| **Περιεχόμενα διατεταγμένα σε 4 επίπεδα** | 1. **Τίτλος ενότητας: Αύξηση του επιπέδου εξυπηρέτησης πελατών**

**2.1 Τίτλος μαθήματος: Κατανοήστε τις ανάγκες του πελάτη**2.1.1 Καθορισμός των αναγκών των πελατών2.1.2 Τύποι αναγκών πελατών**2.2 Τίτλος μαθήματος: Εστίαση στις απαιτήσεις του πελάτη**2.2.1 Τι σημαίνει πραγματικά υπηρεσία;2.2.2 Τι ψάχνουν οι πελάτες;**2.3 Τίτλος μαθήματος: Προσδιορισμός του τι είναι «αρκετή» εξυπηρέτηση πελατών**2.3.1 Βασικές αρχές εξυπηρέτησης πελατών2.3.2 Προσδιορισμός του πότε έχετε «αρκετή» εξυπηρέτηση πελατών**2.** **4 Τίτλος μαθήματος: Ξεχωριστή ψηφιακή έναντι μη ψηφιακής εξυπηρέτησης πελατών**2. 4.1 Ψηφιακό έναντι μη ψηφιακού2. 4.2 Μελλοντοστραφής εξυπηρέτηση πελατών |
| **Αυτοαξιολόγηση (ερωτήματα και απαντήσεις πολλαπλής επιλογής)** | 1. Ποια από τις παρακάτω ανάγκες του πελάτη είναι η πιο εύκολη να προσδιοριστεί;
	1. **Λειτουργικές ανάγκες.**
	2. Κοινωνικές ανάγκες.
	3. Συναισθηματικές ανάγκες.
	4. Όλα είναι εξίσου δύσκολα.
2. Ποια από τις ακόλουθες δηλώσεις σχετικά με την εξυπηρέτηση πελατών είναι αληθής;
	1. Η κουλτούρα μιας χώρας δεν επηρεάζει τις προσδοκίες σχετικά με την εξυπηρέτηση πελατών.
	2. **Το πώς, πότε και πού πραγματοποιείται η εξυπηρέτηση πελατών πρέπει να είναι ευέλικτο.**
	3. Η συγκριτική αξιολόγηση είναι ο καλύτερος τρόπος για να προσδιορίσετε εάν η εξυπηρέτηση πελατών μας ανταποκρίνεται στις προσδοκίες.
	4. Όλα τα παραπάνω είναι αλήθεια.
3. Στο θεμελιώδες επίπεδό της, η εξυπηρέτηση πελατών αφορά τελικά:
	1. Επίλυση προβλημάτων.
	2. Πουλώντας περισσότερα από αυτά που προσφέρουμε.
	3. Προσδιορισμός των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών.
	4. **Δημιουργία σχέσεων.**
4. Το μέλλον της εξυπηρέτησης πελατών θα είναι:
	1. Με γνώμονα την ψηφιακή τεχνολογία
	2. Εξατομικευμένο
	3. Επηρεάζεται από την τεχνητή νοημοσύνη
	4. **Όλα τα παραπάνω**
 |
| **Εργαλειοθήκη (κατευθυντήριες γραμμές, βέλτιστες πρακτικές, κατάλογος ελέγχου, διδάγματα που αντλήθηκαν...) TO BE USED BY CTS / CASE** | **Όνομα**  |  |
| **Περιγραφή** |  |
| **Σύνδεσμος ενδιαφέροντος** |  |
| **Πηγές (βίντεο, σύνδεσμος αναφοράς)** | [https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-customer-needs #](https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-customer-needs)<https://www.youtube.com/watch?v=Em7NPWmyw6w&t=57s><https://www.business.qld.gov.au/running-business/consumer-laws/customer-service/improving/principles><https://www.youtube.com/watch?v=qXQYNxDdbh8&t=8s><https://www.the-future-of-commerce.com/2021/08/02/what-is-customer-service-definition-examples/>[https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/feature/10-examples-of-AI-in-customer-service #](https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/feature/10-examples-of-AI-in-customer-service) |
| **Σχετικό υλικό** | Lee, S. M., & Lee, D. (2020). “Untact”: a new customer service strategy in the digital age. Service Business, 14(1), 1-22.Tuten, T. L. (2019). Principles of Marketing for a Digital Age. SAGE. |
| **Σχετικά PPT** |  |
| **Βιβλιογραφία** | Falter, M., & Hadwich, K. (2020). Customer service well-being: scale development and validation. The Service Industries Journal, 40(1-2), 181-202.Hsieh, T. (2010). Delivering happiness: A path to profits, passion, and purpose. Hachette UK.Cooper, N. (2021). America’s Best Customer Service 2022. Newsweek Global, 177 (87), 30-432.Bougourd, N. (2022). Four Ways Technology Is Enhancing Customer Service: The future is now. HCM Sales, Marketing & Alliance Excellence, 21 (5), 14-15.Shep Hyken. (2019). Be Amazing or Go Home : Seven Customer Service Habits That Create Confidence with Everyone. Sound Wisdom.Flavio Martins. (2016). Win the Customer : 70 Simple Rules for Sensational Service. AMACOM. |
| **Παρέχεται από** | SEERC |