

fieldnews

Η ενημερωτική έκδοση της Secret Key



Editorial

Δείξτε δύναμη και αποφασιστικότητα

Η μεγαλύτερη ελευθερία στη ζωή είναι η δυνατότητα επιλογής. Αυτή μας χαρίζει το δώρο της ανεξάρτητης σκέψης και δράσης. Η ελευθερία αρχίζει τη στιγμή που συνειδητοποιούμε ότι ζούμε παγιδευμένοι σε ένα δίκτυο και αναγνωρίζουμε ότι μπορούμε να προχωρήσουμε προς μια άλλη κατεύθυνση.

Θυμηθείτε, πως εμείς οι ίδιοι είμαστε υπεύθυνοι για το σχεδιασμό της ζωής μας. Οι επιλογές μας αποτελούν το χάρτη του δρόμου που ακολουθούμε. Άλλωστε και ο **Stephen Covey** δηλώνει στο βιβλίο του **The 7 Habits of Highly Effective People**: “Ανάμεσα στο ερέθισμα και στην ανταπόκριση ο άνθρωπος έχει την ευκαιρία να διαλέξει. Σε αυτήν την ελευθερία ανήκουν και οι έμφυτες ιδιότητες του ανθρώπου- η αυτογνωσία, η φαντασία, η συνείδηση και η ανεξάρτητη θέληση. Οι περισσότεροι από έμας υπνοβατούμε καθ’ όλη τη διάρκεια της ζωής μας. Ο πραγματικός εαυτός μας έχει αποκοιμηθεί.

Η ζωή απαιτεί αντίδραση στα άγχη και στη συμβατικότητα. Ο σκοπός της ζωής είναι να ανακαλύπτουμε και να δημιουργούμε και όχι απλά να περνάμε απ’αυτήν. Καλλιεργώντας και ενισχύοντας το θάρρος μας απελευθερώνουμε τη δύναμη της επιλογής, εκφράζουμε τη γνώμη μας, θέτουμε τα όρια μας και υπερασπιζόμαστε τα πιστεύω μας.

Η **Alexandra Stoddard** γράφει στο **Living the Life You Want to Lead**: «Αν είμαστε έτοιμοι να πάρουμε δύσκολες αποφάσεις που καθορίζουν το χαρακτήρα μας, αποφάσεις μέσα από την καρδιά μας, και είμαστε προετοιμασμένοι να αναλάβουμε την ευθύνη των πράξεων μας, τότε θα ανακαλύψουμε ότι οι επιλογές μας είναι αυτές που οδηγούν στο πεπρωμένο».

Το θάρρος της έκφρασης μας χαρίζει αυθεντικότητα. Όταν λογοκρίνουμε τον εαυτό μας γινόμαστε αδύναμοι. Αντίθετα, όταν λέμε αυτό που σκεφτόμαστε, κερδίζουμε περισσότερη δύναμη. **Όταν εμπιστεύεσαι τη φωνή σου διατηρείς την αξιοπρέπεια σου.** Όταν έχουμε αποφασίσει ως προς τις προτεραιότητες μας τότε είναι η ώρα της συνειδητής επιλογής. Σύμφωνα με τη **Sandra Ford Walston** πρόκειται μάλλον για την ικανότητα να ενεργούμε παρά να υφιστάμεθα τα αποτελέσματα από τις ενέργειες των άλλων». Αυτό , βέβαια, προϋποθέτει πως έχουμε συνείδηση του ιδιαίτερου, προσωπικού μας στόχου. Όταν μπορούμε να δούμε καθαρά το σκοπό της ζωής μας, τότε έχουμε ενόραση, δε ζούμε στην τύχη.

Ας ανακαλύψουμε τους εαυτούς μας, ας βάλουμε τη ζωή μας σε θετικό δρόμο, το δρόμο του προσωπικού μας σκοπού. Όσο δύσκολη και αν είναι η ζωή όλα εξαρτώνται από συνειδητές επιλογές, αρκεί να βασίζονται στον πραγματικό μας εαυτό και όχι στα προσωπεία που φοράμε! |



Η ομάδα της  **secretkey**
Sales & Service Experts

Περιεχόμενα

Σελ.

Point of view

- Το Field News ρωτά CEOs και HR Στελέχων

2

Ενδιαφέροντα έργα

- Krafts' Master Chef Session
- Proton Bank
- MINEPBA Sales Academy

3

Θέματα

- Η Κουλτούρα Εξυπηρέτησης Πελατών στη Διοίκηση των Ξενοδοχείων
- Διαχειριστείτε το STRESS για να αυξήσετε τη παραγωγικότητά σας στις Πωλήσεις

4

USA News

- How custom sales training optimizes results (english edition)

5

Europe News

- Νέα από τη δράση της Secret Key στην Ευρώπη
- Η Secret Key στη λίστα των καλύτερων "International Customer Service Trainers"

6

Business Tips

- Πως να αφήσετε ένα Αποτελεσματικό Μήνυμα στον Τηλεφωνητή

7

Ποιά είναι η secret key;

Η **Secret Key** είναι η απόλυτα εξειδικευμένη Συμβουλευτική εταιρία στους τομείς των Πωλήσεων και της Εξυπηρέτησης Πελατών. Μέσα από εκπαίδευση, αξιολόγηση, audits και έρευνες βοηθά τους πελάτες της:

- ✓ **Να αναπτύξουν την Παραγωγικότητα των Πωλήσεων**
- ✓ **Να ενισχύσουν την Ποιοτική Εξυπηρέτηση που παρέχουν τα στελέχη τους**

PorterHenry

Η Secret Key έχει συνάψει στρατηγική συμφωνία αποκλειστικής εκπροσώπησης του υλικού της Porter Henry & Co σε 8 χώρες (Βαλκάνια, Κύπρος & Τουρκία). Η Porter Henry & Company (βραβευμένη ως a top sales training company) είχε και έχει από το 1945 μια μοναδική αποστολή – τη βελτίωση της παραγωγικότητας στις Πωλήσεις. Με έδρα τη Νέα Υόρκη και παρουσία σε Καναδά, Κίνα, Αυστραλία, Νέα Ζηλανδία, Ινδία και Ιταλία μετρά 65 έτη επιτυχημένης εμπειρίας στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των ομάδων πωλήσεων & εξυπηρέτησης. Έχει world-class, εκτενή διδακτέα ύλη (περισσότερα από 35 προγράμματα) και εμπειρία στην ανάπτυξη Ακαδημιών Πωλήσεων, έχοντας συνεργαστεί με περισσότερους από 137 οργανισμούς του Fortune 500. |

To Field News ρωτά CEOs...

Πώς βλέπετε να εξελίσσονται οι πωλήσεις τόσο των επωνύμων όσο και των Private Label προϊόντων στο μέλλον;



ΓΜ> Οι τάσεις της εποχής μας στον κόσμο των FMCG's ορίζουν ότι όσο πιο ξεκάθαρη είναι η εικόνα ενός προϊόντος στην αγορά τόσο πιο πιθανή είναι η επιτυχία του. Τα private label αποτελούν σημαντικό μέρος της αγοράς και το μόνο σίγουρο είναι ότι τα επόμενα χρόνια το μερίδιό τους θα αυξάνεται, και αυτό γιατί η τοποθέτησή τους στην αγορά βασίζεται στην χαμηλότερη τιμή πλην ελαχίστων εξαιρέσεων όπου προσθέτουν και αξία στις κατηγορίες τους. **Στη μεριά των Branded items θα υπάρξει σίγουρα μιά πώλωση μεταξύ των brands που προσφέρουν αξία και διαφοροποίηση,** που θα έχουν μέλλον και ανάπτυξη, με τα brands που θα προσπαθήσουν να είναι cost competitive ακολουθώντας μια "mee too" προσέγγιση ως προς το offering που μάλλον θα αντιμετωπίσουν δυσκολίες. |

Γιάννης Μπούρας
Managing Director Minerva

Το μυστικό των
επιτυχημένων
Πωλήσεων!



Advanced Strategic Training

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ AccountAbility

- Strategic Business Development (KAM)
- Strategic Multi-Level Selling
- Team Selling
- Value-Driven Selling
- Strategic Selling

Consultative Selling Skills

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ Sales Ability

- Meeting the Challenges in Today's Competitive Market Place
- Achieving a Competitive Edge
- Managing the Territory
- Implementing Account Strategies
- Prospecting for New Business
- Presenting Value-Added Benefits
- Selling to Multi-Level Decision Makers

Porter Henry

Sales Manager Development

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ManageAbility

- Field Coaching Program
- Managing Sales Performance
- Motivational Sales Meetings
- Recruiting & Selecting Stars
- The Ultimate Sales Manager Simulation
- Counseling for Improved Performance
- Distance Sales Coaching
- Managing the Plateaued Sales Rep
- Enhanced Presentation Skills
- Managing Priorities and Time

Customer Service Skills

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ServiceAbility

- Becoming a Customer Service Star
- Active Listening Skills
- Professional Telephone Etiquette
- Re-energising & Re-motivating yourself in service
- Dealing with angry customers

To Field News ρωτά HR Στελέχ...

Πώς διαμορφώνονται οι εκπαιδευτικές ανάγκες των πωλητών σήμερα;



ΓΜ> Μια από τις επικρατέστερες αντιλήψεις στον εμπορικό κόσμο είναι ότι οι πωλήσεις δεν σπουδάζονται αλλά κατακτώνται μέσα από την εμπειρία. Συνήθως οι παλαιότεροι πωλητές και πιο έμπειροι θεωρούν ότι τα γνωρίζουν όλα και δεν έχουν να αποκομίσουν τίποτα νέο από εκπαιδευσεις ή τη συναναστροφή με άλλους έμπειρους συναδέλφους. Η επικρατούσα νέα τάση στον χώρο των πωλήσεων ωστόσο έρχεται να τους διαψεύσει. Οι καταστάσεις αλλάζουν, οι οικονομικές συνθήκες αλλάζουν και ως εκ τούτου και οι πωλήσεις αλλάζουν ανεξάρτητα από το αν θέλουμε να το παραδεχτούμε ή όχι. Η μεγαλύτερη αλλαγή συνοψίζεται στην φράση **"αυτό που ήταν αποτελεσματικό χτες δεν μας διασφαλίζει τίποτα ότι θα είναι αποτελεσματικό σήμερα"**. Αποτέλεσμα των αλλαγών είναι να εμφανίζονται νέες καταναλωτικές ανάγκες, νέες επιχειρηματικές ανάγκες, νέα προϊόντα στον ανταγωνισμό, νέες συνήθειες, νέες πρακτικές και νέες δυναμικές.

Ο σύγχρονος αποτελεσματικός πωλητής θα πρέπει να είναι ταυτόχρονα καλός ακροατής, διαπραγματευτής, ψυχολόγος, έμπορος, καταναλωτής, πρεσβευτής, διπλωμάτης, manager προκειμένου να λειτουργεί προληπτικά, να εντοπίζει προβλήματα, να εστιάζει στις λύσεις και να επενδύει στη σχέση αμοιβαίου όφελους με τον πελάτη του. Το παράδοξο είναι ότι μέχρι σήμερα τουλάχιστον δεν υπάρχει πανεπιστήμιο που να διδάσκει διαπραγμάτευση, ενεργητική ακρόαση και ενσυναίσθηση. Τα στοιχεία αυτά αναπτύσσονται από τον κάθε επαγγελματία με προσωπικό μεράκι και συνεχή προσπάθεια. Η κύρια εκπαιδευτική ανάγκη των πωλητών είναι να μπορέσουν να αναπτυχθούν ως προς τις παραπάνω δεξιότητες προκειμένου με αυτές να συμπληρώσουν το επαγγελματικό τους προφίλ αλλά και να εξελίξουν την προσωπικότητα τους σαν άνθρωποι, γονείς, σύζυγοι και φίλοι. Μια κατεύθυνση εκπαίδευσης που μπορεί να καλύψει αυτές τις ανάγκες είναι η συναισθηματική νοημοσύνη, η οποία αναφέρεται στην ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι, να ελέγχεις και να εκφράζεις τα συναισθήματα σου καθώς και να επηρεάζεις τους άλλους.

Οι εταιρείες που πρωτοστατούν στις εξελίξεις έχουν ήδη προνοήσει για τον σχεδιασμό και υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων συναισθηματικής νοημοσύνης, τα οποία μάλιστα εντάσσουν στο γενικότερο πλαίσιο λειτουργίας εταιρικής Ακαδημίας προκειμένου οι δεξιότητες αυτές να συνδεθούν με νέες τεχνικές πωλήσεων και να αξιοποιηθούν εστιασμένα στον επαγγελματικό στίβο. Μέσα από την λειτουργία εντατικών συστηματικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων οι εμπορικές επιχειρήσεις μπορούν να αντιμετωπίσουν με σθένος τη σύγχρονη δύσκολη οικονομική πραγματικότητα και να ατενίσουν με αισιοδοξία το μέλλον τους ανεξάρτητα από τις συγκυρίες. |

Γαλανάκης Μιχάλης, PhD

Οργανωτικός Ψυχολόγος HR Manager, ELGEKA AE



ΜΚ> Τα τελευταία χρόνια η αγορά γίνεται όλο και πιο ανταγωνιστική. Έτσι οι άνθρωποι των πωλήσεων πρέπει διαρκώς να βελτιώνουν τις δεξιότητες και τις ικανότητές τους σε τομείς που δεν ήταν πάντοτε αυτονόητοι, ωστόσο μπορούν να ενισχύσουν κι άλλες πτυχές της προσωπικότητάς τους.

Η περαιτέρω επένδυση από πλευράς της εταιρείας για την ενδυνάμωση της διαπραγματευτικής τους ικανότητας, της ομαδικής συνεργασίας και της επικοινωνίας στην ομάδα των πωλήσεων θα έχει σίγουρα θετικό αντίκτυπο στην επιχείρηση, αλλά και στην προσωπική ανάπτυξη του κάθε ένα από αυτούς. |

Μαριάννα Καλογιάννη

Learning & Training Manager, Nestlé Hellas SA

Teambuilding “Master Chef Session” για την Kraft Foods με guest τον Στέλιο Παρλιάρo



Με αφορμή τη συνένωση των εταιριών **Kraft Foods & Cadbury**, η **Secret Key** βοήθησε τόσο στη διερεύνηση και στην αποτύπωση των χαρακτηριστικών της Κουλτούρας Πωλήσεων στους δύο οργανισμούς και κυρίως προς την κατεύθυνση της αρμονικής συνύπαρξης του Ανθρώπινου Δυναμικού τους.

Στα πλαίσια αυτά βοήθησε στην Οργάνωση του Συνεδρίου Πωλήσεων της Kraft Foods, το οποίο πραγματοποιήθηκε στο Λουτράκι τον Απρίλιο του 2011 και στην υλοποίηση ενός ιδιαίτερα διαδραστικού Team Building Προγράμματος με συμμετέχοντες τα στελέχη Πωλήσεων και την Ανώτατη Διοίκηση της νέας εταιρίας.

Συγκεκριμένα η Secret Key διοργάνωσε για τη Kraft Foods ένα «Master Chef Session» με ειδικό guest facilitator, τον καταξιωμένο ζαχαροπλάστη Στέλιο Παρλιάρo.

Οι ομάδες της Kraft Foods επιδοθήκαν σε projects ομαδικότητας μέσω ζαχαροπλαστικής εργασίας, δημιουργώντας τούρτες με τα υλικά των δύο εταιριών (Kraft Foods & Cadbury). Μέσω αυτής της ιδιαίτερα διαδραστικής αφορμής τα στελέχη πωλήσεων των δυο οργανισμών γνωρίστηκαν καλύτερα μεταξύ τους, συνεργαστήκαν προς ένα κοινό στόχο, ανέπτυξαν δυναμικές ομαδικότητας, ψυχαγωγήθηκαν και αξιολογήθηκαν ως προς το γευστικό αποτέλεσμα από κριτική επιτροπή. Πέραν του μαγειρικού χαρακτήρα, η συγκεκριμένη δραστηριότητα ήταν κυρίως ένα **“Master Teamwork Session”** καθώς επιλεγμένοι παρατηρητές δώσανε feedback στον τρόπο που αλληλεπιδράσανε οι ομάδες (αρχές λειτουργίας, ανάθεση ρόλων, ανάδειξη ηγέτη, υλοποίηση κριτηρίων υγιεινής, βαθμός δημιουργικότητας κλπ.). Ήταν μια αξέχαστη εμπειρία για τη Secret Key! Ευχαριστούμε την Kraft Foods για τις ευχάριστες αναμνήσεις! |



Αντιμετωπίζοντας τις προκλήσεις της σύγχρονης αγοράς

Με επιτυχία ολοκληρώθηκαν οι δύο πρώτοι εκπαιδευτικοί κύκλοι **“SalesAbility”** στην **Proton Bank** από τη **Secret Key**. Οι Σύμβουλοι Πωλήσεων της PROTON BANK συμμετείχαν σε διήμερη εκπαίδευση ως προς την αντιμετώπιση της ανταγωνιστικότητας στη σύγχρονη αγορά, ενισχύοντας τις δεξιότητες πώλησης και εξυπηρέτησης. Μέσα από Self-Assessment πριν την εκπαίδευση σε **80 κρίσιμα Competencies των Πωλήσεων** ο κάθε Σύμβουλος Πώλησης ανέπτυξε ένα προσωπικό πλάνο ανάπτυξης δεξιοτήτων, το οποίο συνεχίζει να παρακολουθεί μέσα από το πρόγραμμα συντήρησης του εκπαιδευτικού αποτελέσματος, το οποίο έχει επιμεληθεί η Secret Key με την τεχνογνωσία που έχει λάβει από την **Porter Henry & Co, Inc.**

Δημιουργία του «MINEPBA SALES ACADEMY»

Η MINEPBA, μια από τις μεγαλύτερες Ελληνικές εταιρίες στο χώρο των τροφίμων, αποφάσισε να ξεκινήσει το 2011 τη δημιουργία Εταιρικής Ακαδημίας Πωλήσεων, το **“MINEPBA SALES ACADEMY”**. Για τη δημιουργία της Εταιρικής Ακαδημίας Πωλήσεων, η **MINEPBA εμπιστεύθηκε την εταιρία Συμβούλων Secret Key** με υπεύθυνο έργο τον Managing Partner της Secret Key, Γιάννη Στάη.

Όπως χαρακτηριστικά υποστηρίζει ο κος **Γιάννης Γκολέμης**, Δ/της Πωλήσεων της MINEPBA, *«στόχος είναι να ενισχυθεί το winning spirit των πωλητών μέσα από χρήσιμες για το ρόλο τους εκπαιδευτικές παρεμβάσεις. Όλοι οι συντελεστές των πωλήσεων χρειάζεται να αποκτήσουν κοινή αντίληψη σε βασικούς πυλώνες, από την έκφραση αποτελεσματικών συμπεριφορών μέχρι την εύστοχη εφαρμογή εξειδικευμένων αριθμοδεικτών.»*

Έχει ήδη ολοκληρωθεί με επιτυχία το στάδιο της Διάγνωσης των Εκπαιδευτικών Αναγκών και ο σχεδιασμός του εκπαιδευτικού πλάνου ανά επίπεδο στελεχών και είναι σε εξέλιξη η απόλυτα παρατροποποιημένη ανάπτυξη του εκπαιδευτικού υλικού στα πρότυπα απόδοσης της MINEPBA.



>y.stais@secretkey.gr



Στρατηγική Συνεργασία μεταξύ της Secret Key & της Life in Action

Η **Secret Key** επεκτείνει τις υπηρεσίες της εμπλουτίζοντας τα προγράμματα τις με τις μεθοδολογίες και τα εργαλεία που προσφέρει η **LIFE in action**. Η Life in Action ιδρύθηκε από τη **Λουίζα Γρηγοράκου**, έμπειρη Εργασιακή Ψυχολόγο και Πιστοποιημένη CB Coach Psychologist και προσφέρει Συμβουλευτικές HR υπηρεσίες (Behavioral Assessment, Talent Identification, Performance Management Systems) ερευνητικές προσεγγίσεις, Executive Coaching και Career Advise Programs.

- Μέσα από την πιστοποίηση στο Occupational testing & Personality Assessment (BPS UK) η LIFE in Action έχει αναπτύξει για τη Secret Key το **“Sales Occupational Indicator” (SOI)**, μια έρευνα για τον εντοπισμό και τη διαχείριση των πηγών άγχους για τον πληθυσμό των Πωλήσεων.

- Παράλληλα μέσα από τη συνεργασία τους θα βοηθούν τους Οργανισμούς στο σχεδιασμό **Custom-Designed ερευνών** για την Ικανοποίηση των Πελατών και την Αφοσίωση των Εργαζομένων (Engagement and Attitude Surveys).

- Επιπροσθέτως θα παρέχουν στην αγορά εξειδικευμένα **screening tools** για τον εντοπισμό των ταλαντούχων στελεχών στις Πωλήσεις και στην Εξυπηρέτηση Πελατών σε όλα τα ιεραρχικά επίπεδα του Οργανισμού. (Personality & Behavioral Questionnaires, Sales & Customer Service Assessment Centers).

- Τέλος, θα συνεργάζονται μαζί στην υλοποίηση προγραμμάτων Καθοδήγησης ως προς την ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας στα νέα στελέχη (**Coaching for New Entrepreneurs**).

Η Κουλτούρα Εξυπηρέτησης Πελατών στη Διοίκηση των Ξενοδοχείων

Welcome

Η παγκοσμιοποίηση και η ευκολία των αεροπορικών ή άλλων συγκοινωνιών έχουν αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας της ξενοδοχειακής βιομηχανίας. Τα ξενοδοχεία είτε ανήκουν σε μεγάλες αλυσίδες είτε ενεργούν ελεύθερα προσπαθούν να παρουσιάζουν διαφοροποιητικής μορφής υπηρεσίες για να εξασφαλίσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Η τεχνολογία μπορεί να έχει δημιουργήσει μοναδικά προϊόντα/υπηρεσίες, αλλά μπορεί, και συχνά όχι μόνο να αντιγράφονται από τους ανταγωνιστές του κάθε ξενοδοχείου αλλά και να αναβαθμίζονται μεγενθύνοντας τον ανταγωνισμό.

Ο μοναδικός παράγοντας που μπορεί να καταστήσει ξεχωριστό στις μέρες μας ένα ξενοδοχείο είναι η **Κουλτούρα Εξυπηρέτησης Πελατών (Customer Service Culture)** που διαθέτει. Ανάλογα με τα αστέρια του, το κάθε ξενοδοχείο προσφέρει λίγο ή πολύ τις ίδιες στάνταρντ υπηρεσίες με ότι προσφέρει και ο ανταγωνισμός του.

Η κουλτούρα εξυπηρέτησης πελατών δεν είναι φρού-φρού και αρώματα όπως πολλοί νομίζουν, αλλά είναι ο θετικός τρόπος σκέψης με τον οποίο θα μπορούσαμε να προσφέρουμε μια μοναδική εξατομικευμένη υπηρεσία στους πελάτες του ξενοδοχείου μας. Εκατομμύρια ευρώ ξοδεύονται για την ανέγερση, στίσιμο και για τον εξοπλισμό ενός ξενοδοχείου και πολύ λίγα για να στηθεί μια σωστή κουλτούρα εξυπηρέτησης των πελατών του, λαμβάνοντας υπόψιν τις πραγματικές ανάγκες του πελάτη.

Ο μοναδικός παράγων επιτυχίας και κερδοφορίας στην ξενοδοχειακή βιομηχανία είναι η **διαφοροποίηση** που θα σε κάνει να ξεχωρίζεις από τους ανταγωνιστές σου. Επομένως, ο στόχος είναι η διαφοροποίηση ενός ξενοδοχείου να πλησιάζει πάρα πολύ στην μοναδικότητα. Η δυσκολία είναι ότι η **μοναδικότητα** δεν φτιάχνεται αλλά κερδίζεται με πολύ σκληρή και συνεχή επίβλεψη. Ως επικεφαλής ενός ξενοδοχείου είσαι ο υπεύθυνος για την κουλτούρα της εξυπηρέτησης της πελατείας του. Θα πρέπει να χαράξεις την πολιτική του ξενοδοχείου από τη στιγμή που ένας πελάτης θα μπει στο ξενοδοχείο, έως ότου να πληρώσει τον λογαριασμό του και να αναχωρήσει, ελπίζοντας ευχαριστημένος.

Ένα λεπτό σημείο που τις περισσότερες φορές παραβλέπεται, είναι το ανθρώπινο δυναμικό. Οι εργαζόμενοι είναι άτομα με διαφορετικούς στόχους και ανάγκες, και ως εκ τούτου δεν πρέπει να θεωρούνται το ίδιο με άλλους βασικούς πόρους του ξενοδοχείου όπως τα δωμάτια, εξοπλισμός κλπ. Έχει αποδειχθεί ότι οι εργαζόμενοι επιθυμούν να συμβάλουν παραγωγικά στην επιτυχία της επιχείρησης, και ότι τα κύρια εμπόδια για την προσπάθειά τους είναι η έλλειψη γνώσεων, η ανεπαρκής εκπαίδευση, αλλά πολύ περισσότερο οι απο-

τυχίες που απορρέουν από την έλλειψη διαδικασιών. Αυτό συμβαίνει όταν τα στελέχη εργάζονται στα τυφλά και ιδίως όταν δεν γνωρίζουν την δεοντολογία και δεν καθοδηγούνται στους στόχους της επιχείρησης.

Πολύ συζήτηση γίνεται για τους βασικούς δείκτες παραγωγικότητας και κέρδους. Κατά τη γνώμη μου οι δείκτες αυτοί δεν σημαίνουν και πολλά από μόνοι τους. **Οι δείκτες παραγωγικότητας και κέρδους είναι παράγωγα ενός καλοστημένου και καλό μελετημένου προϋπολογισμού.** Μην ξεχνάμε ότι το ποσοστό κέρδους είναι μέρος του προϋπολογισμού, εάν έχουν ελεγχθεί σωστά όλα τα έξοδα. Γι' αυτό ο προϋπολογισμός πρέπει να παρακολουθείται καθημερινά, εβδομαδιαία και με το κλείσιμο του κάθε μήνα και να αναλύονται τα αποτελέσματα.

Η βέλτιστη χρήση της γνώσης είναι η πράξη. Κατά τη διάρκεια των σαράντα δύο χρόνων της σταδιοδρομίας μου, είχα συνεχείς ευκαιρίες για να μαθαίνω, να παρατηρώ, να εκπαιδεύομαι και να διδάσκομαι από ειδικούς, αλλά πάνω απ' όλα, ήμουν σε θέση να μεταφέρω το σύνολο αυτής της γνώσης και εμπειρίας στην εργασία μου.

Τώρα, εάν μου ζητήσετε να περιγράψω την σημερινή Διοίκηση Ξενοδοχείων με λίγα λόγια, θα σας έλεγα ότι είναι το πιο έντονο και απαιτητικό επάγγελμα στην διαχείριση ανθρώπων. Η Διοίκηση πρέπει να ικανοποιήσει τους Πελάτες, Επισκέπτες, Ιδιοκτήτες και Εργαζόμενους ενός ξενοδοχείου, που είναι διαφορετικά άτομα με διαφορετικές ανάγκες και προσδοκίες. Αυτές τις γνώσεις και την προσωπική τεχνογνωσία είναι αυτά που θέλω να διοικηθώ στην ελληνική τουριστική βιομηχανία μέσω διαβουλεύσεων με τους συναδέλφους στο χώρο των ξενοδοχείων και να τους βοηθήσω να εντοπίζουν νέες ευκαιρίες μάρκετινγκ με μοναδικές και εξατομικευμένες υπηρεσίες που θα τους διαφοροποιήσουν από τους ανταγωνιστές τους. |

who is



Ο Μάνος Ματσάκης μετρά 43 έτη εμπειρίας στο χώρο των ξενοδοχείων. Η καριέρα του ξεκίνησε το 1963 στο Athens Hilton και από το 1973 συνεχίστηκε με την Hilton International έως το 2002. Κατά την πορεία της εξέλιξης του διετέλεσε σε διάφορους ρόλους έως την θέση του F&B Manager, συνεχίσε στη θέση του HR Manager, του Resident Manager και από το 1985 ήταν General Manager σε τέσσερα διεθνή ξενοδοχεία της Hilton. Εκτός της Hilton, διετέλεσε General Manager στο Sheraton Sofia Hotel Balkan και στο Hyatt Regency στη Θεσσαλονίκη. Πιστεύει ακράδαντα ότι η επιτυχία για κάθε ξενοδοχείο είναι η μοναδικότητα του στο Excellent and Personalized Customer Service.

Μάνος Ματσάκης
Senior Consultant @ Hospitality Expert, Secret Key



Διαχειριστείτε το STRESS

για να αυξήσετε τη
παραγωγικότητά σας
στις Πωλήσεις



Ακούμε συχνά για στρεσαρισμένους ανθρώπους, που “το άγχος τους έχει τρελάνει”. Άγχος στην εργασία, το σπίτι, τις σχέσεις, την κίνηση στους δρόμους!

Σύμφωνα με έρευνες του International Labour Organisation (ILO), ένα περίπου **4%** του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος **δαπανάται κάθε χρόνο σε προβλήματα πνευματικής υγείας** στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Και αυτός είναι μεγάλος αριθμός! Ενώ ένα ποσοστό της τάξης του **10%** των εργαζομένων παρουσιάζουν **κατάθλιψη** και υψηλό άγχος σε χώρες όπως η Αγγλία και η Γερμανία. Κάποιοι από τους λόγους που έχει αναγνωρίσει ο ILO, ως αιτίες του **εργασιακού άγχους** αφορούν αρχικά την **συρρίκνωση των οργανισμών, με αποτέλεσμα λιγότερα άτομα να καλύπτουν περισσότερη εργασία, με ανέφικτες συχνά προθεσμίες.**

Επίσης, η νέα τεχνολογία, έχει θέση στη λίστα των αιτιών, δεδομένου αφ' ενός της πληθώρας δεδομένων που μας παρέχει άμεσα και στα οποία καλούμαστε να ανταποκριθούμε (ας θυμηθούμε όλοι τί λαμβάνουμε καθημερινά μέσω e-mail) και αφ' ετέρου λόγω των νέων δεξιοτήτων που απαιτείται να αποκτήσουμε για να τη διαχειριστούμε σωστά. Παράλληλα οι πολλές ώρες εργασίας, και η δουλειά που παίρνουμε συχνά σπίτι, για την οποία συνήθως δεν υπάρχει οικονομικό αντίκρισμα, και η παγκοσμιοποίηση τέλος αποτελούν επιπλέον πηγές πίεσης.

Ωστόσο, σε μία εταιρία, ένα τμήμα, ή και μία ομάδα δεν βιώνουν όλοι το ίδιο άγχος απέναντι σε κοινά ερεθίσματα. Σύμφωνα με το γνωστικό μοντέλο του στρες σημαντική παράμετρο αποτελεί το πως αντιλαμβάνομαστε τις πηγές πίεσης και το εάν μπορούμε να ανταποκριθούμε σε αυτές. Το όποιο ερέθισμα αντιλαμβάνεται ο καθένας μας ως πίεση δημιουργεί άμεση ενεργοποίησή μας σε επίπεδο φυσιολογίας, συμπεριφορών και ψυχολογίας. Ένας καλός ορισμός του στρες είναι ο εξής: “**το στρες προκαλείται όταν η αντιλαμβανόμενη πίεση ξεπερνά την ικανότητα να ανταπεξέλθεις**” (S. Palmer).

Η διαχείριση του στρες τόσο σε ατομικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο οργανισμού πρέπει να αντιμετωπιστεί ως ένα σύστημα που να μπορεί να εντοπίζει και να αξιολογεί τις συνέπειες της πίεσης ως συνάρτηση των πηγών πίεσης με τα προσωπικά χαρακτηριστικά του ατόμου, το βαθμό φιλοδοξίας του και το κέντρο ελέγχου (locus of control) που έχει.

Για τη διαχείριση του εργασιακού στρες χρησιμοποιούμε την έρευνα “**Managing Occupational Stress**” μία εμπειριστατωμένη και ψυχομετρικά άρτια διαδικασία που αξιολογεί με αποτελεσματικότητα τις αιτίες και τα αποτελέσματα του εργασιακού στρες σε άτομα και εργασιακές ομάδες. Μέσω μιας σειράς ερωτηματολογίων - μεταξύ των οποίων και το Sales Occupational Indicator (SOI) - αποκτούμε ένα εύρος πληροφόρησης για το πως οι εργαζόμενοι αντιλαμβάνεται τον οργανισμό και ποια είναι τα αποτελέσματα της πίεσης σε αυτούς. Πιο συγκεκριμένα, συλλέγονται πληροφορίες για τις κάτωθι τρεις ευρύτερες ενότητες:

- [ΕΡΓΑΣΙΑΚΟΣ ΡΟΛΟΣ](#)
- [ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ & ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΠΙΕΣΗ](#)
- [ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΙΕΣΗΣ](#)

Σε συνέχεια της έρευνας, και κάποιων προσωπικών συναντήσεων, εστιάζουμε σε στοχευμένες ενέργειες, που αφορούν παράλληλα σε συστήματα και διαδικασίες για τον οργανισμό και σε ανάπτυξη δεξιοτήτων και στρατηγικών για τους εργαζομένους.!

who is



Η Λουίζα (Msc.C.Psychol., CBC Dip) είναι έμπειρη Εργασιακή Ψυχολόγος και Πιστοποιημένη CB Coach Psychologist. Κατά τη διάρκεια της 15ετούς πορείας της στο χώρο των επιχειρήσεων ανέπτυξε και διεκπεραίωσε συστήματα και διαδικασίες OD, όπως Μοντέλα Ιδιοτήτων, Διαχείριση Ταλέντων, Έρευνες Κουλτούρας, Αξιολόγηση 360°, Συστήματα Διαχείρισης Απόδοσης. Παράλληλα έχει εξειδικευτεί στην αξιολόγηση και διαχείριση του Στρες σε άτομα και ομάδες. Επιπλέον, δουλεύει ως προσωπικός coach και group facilitator με σκοπό να εμπνεύσει και να ενδυναμώνει τα άτομα ως προς την επίτευξη των προσωπικών τους στόχων.

Λουίζα Γρηγοράκου
CB Coach Psychologist, Life in Action





A WHITEPAPER FROM PORTER HENRY & CO., INC.

HOW CUSTOM SALES TRAINING OPTIMIZES RESULTS!

By **Warren Kurzrock**, CEO, Porter Henry & Co. Inc.



Custom-designed training (designing a program from ground zero) is dying a slow, natural death. Years ago, before the advent of “off-the-shelf” sales training, custom-design was the only option. It meant building your training in-house or finding a vendor that could design it and create it from the bottom up to meet your objectives and expectations. Due to cost, time, talent required, and new availability of key sales skills training topics in ready format, custom-designed sales training has shifted gears to more cost effective methods.

While there are clients who insist on custom-design for reasons of ownership or because they have traditionally expected every word, skill, process, to reflect their sales uniqueness, they are an endangered species. In simple terms, there are better and more cost-effective ways to get the job of customization done.

THREE LEVELS OF SEPARATION FOR CUSTOM SALES TRAINING

Basically, there are three types of customization that can be applied to off-the-shelf training materials with varying results:

- **Cosmetic customization** is buying off-the-shelf training and simply putting your company name or logo on the binders or cover page, changing titles or headers. Naive trainers think this makes the program relevant to their company and gains the buy-in from salespeople who take the course. The trainer adds verbal customization based on his or her personal sales experience.
- **Standard customization** usually includes cosmetics, but goes to the next level and includes case studies, some word or jargon changes (“We don’t call our sales people sales reps and need to change the name to Sales Associates”). Standard customization helps get sales people to identify and accept the training better, and the role plays or situations add to the content enable effective role play and other applications to real-life situations.
- **Total customization is the ultimate way to go because it reflects every nuance of your operations and provides the exact sales process, required skills and strategies to achieve top performance.** In some instances, it may involve integrating content from one or more existing programs and then adding customization. The end result is equivalent to a custom-designed sales training program - only better if it contains world-class or proven content in the foundation.

HOW TO GET CUSTOMIZATION ACCOMPLISHED

With over 60 years of custom-design and customizing experience, the process we have evolved for both custom-designed programs (built from ground zero) or any level of customization, follows:

1. Needs Analysis/Research. It’s essential to gain input on salesforce needs and/or the content required to build into the course. This can take a number of formats including online research, focus groups or interviews with salespeople and managers.

2. Treatment Outline. A good treatment outline should include a “big picture” of what the training will look like and the outline should include objectives, content timing, exercises, and projected powerpoints. This will give your internal clients another opportunity for input and changes.

3. Development. During this stage, all materials are designed or integrated into a draft model of the ultimate program. You can combine or integrate existing material that’s available from other vendors or content that you have developed previously and own.

4. Revise and pilot the program. Continuous involvement by your internal client(s) is a must so you can make ongoing upgrades and get continuous “buy-in”. It’s also a good idea to pilot the program before you launch it.

Keep in mind that true customization includes designing a program from the ground up, integrating content from different sources, making changes in verbiage or format, adding new content or modules. Below are examples of application-driven sales training projects to illustrate some of the values in true customization.

- **Consultative selling.** Most companies define consultative selling differently so customization is needed to focus on your precise methods and expectations.
- **Selling to and through channel partners.** Do you sell to dealers, distributors, retailers, agents? Customization zeros helps you add exact tactics that get maximum results.
- **National sales meeting.** Customization enables trainers to select the right content, customize and reshape it to fit group needs, timing, and format - in main tent, breakouts, or condensed sessions.
- **New product launch.** The product is “king”, but the sales team is short-changed without a “how to sell” segment including selected selling skills and tactics customized to fit the launch.
- **Strategic and solution selling** is different for every company so no one strategy will really fit without customization, particularly if you want to sell “top guns”, negotiate, build customer relationships, solve problems, and sell value.

Beyond these examples, true customization enables you to work magic with content. You can add your favorite exercises and applications, combine and integrate content from a number of programs, add testing, pre- and post-workshop assignments. And if you own the content, or your vendor provides permission, you can repurpose it seamlessly into other formats: e-learning, webinars, manuals, and so on.

The key word in every case is being able to customize and taking the initiative to capitalize on all the benefits of truly customized training. |

Secret Key in the finalists of “Customer Service Training Awards 2011” International Trainer Category - London



The Customer Service Training Network is a self administered membership body formed in 2007 to enable those involved in customer service training and associated activities to:

- meet on a regular basis and share ideas
- listen to great presentations
- keep up to date with latest developments
- develop a network of colleagues in various organisations to call upon when necessary

The association is open to everyone who has an interest in customer service training provided they respect the aims of the membership.

Best practice in customer service, leading edge training techniques, service excellence, staff retention and satisfaction are all key issues for members as are customer retention, customer satisfaction and the effect of customer service on the bottom-line. All of these issues feature on the agenda at CSTN meetings. |

Elena Mitsibona, Managing Partner of Secret Key has participated in the Customer Service Training Awards 2011 in the “International Trainer Category” and has managed to enter the Shortlist of Best 4 international Customer Service Trainers.

The shortlist of the finalists for this year’s Customer Service Training Awards 2011 includes the following trainers :

Paul Scott – Silah Contact Centre, Bahrain

Sarah Green – RM Education, Harvard Business Review Editor

Elena Mitsibona – Secret Key Training, Greece

Dave Gumbrell – RBS International, Gibraltar, Jersey, Guernsey and Isle of Man



According to **Don Hales**, Founder of Awards International Ltd ⊕ Organiser of the UK Customer Experience ⊕ Customer Service Training Award:

“ Elena was a worthy finalist in the International category in the UK Customer Experience ⊕ Customer Service Training Awards 2011. The International category is reserved for entries outside the UK. **The judges reported that her entry was the outstanding entry from the training sector in this category.** They were impressed by her range of experience in coaching, training and development in all areas affecting the customer from service through to selling. Understanding customer needs, recognising behaviour patterns and embracing new ways of delivering training and using leading-edge techniques were all areas that impressed the judges. In addition to all this, Elena has a charming personality that puts trainees immediately at ease and helps her to win business. Elena clearly ranks amongst the highest echelon of customer management trainers in Europe.”

Secret Key participated in the Global Project Team of Porter Henry & Microstrategy with trainers in Germany, France & UK

Secret Key participated in the European Training Project **representing Porter Henry & Co** in Germany, France & UK . You can see below the CV profiles of Secret Key’s Central Europe Trainers as well as an indicative photo gallery from the workshops in London, Cologne, Frankfurt & Paris.

“ Porter Henry has just completed a global launch of a custom-designed strategic selling course for MicroStrategy, a leader in mobile intelligence software. Over 500 salespeople in 25 locations in U.S. and Europe have successfully completed the initial round of workshops and are utilizing their selling skills to win new business.”
Jeff Westerberg, V.P., Porter Henry & Co., Inc.



Pierre Rudloff
Secret Key’s
Training Partner in France
Founding Manager of PR2F
Consulting and PROXISCOOT

> With Various Sales Executive roles in France & Europe, Pierre brings with him a long and successful experience with international negotiations and a passion for driving multi-cultural teams and projects. He has worked as Sales Development Director at Pernod Ricard and Gillette France, Customer Development Director at Gillette, VP Sales Europe for Mattel and Unilever. He is the Founder Manager of PR2F Consulting and is expert in Sales Performance Consulting and in Sales Training and also the Founder of PROXISCOOT, a company that offers operational solutions to develop Sales in convenience stores for all sorts of customers, e.g. Ferrero, Danone, Sara Lee, Groupe Casino etc.



Martina Dietrich
Secret Key’s Training
Partner in Germany
HR ⊕ Organizational
Development Consultant

> Martina Dietrich is located in Cologne and contributes to the sustainable development of companies by a way of systematic and strategic HR and organisational development. She is a self-employed consultant for HR and organisational development with comprehensive professional experience gained from various Senior HR positions (e.g. HR Development Manager at GKN, HR Development Manager at T-Mobile). Martina holds a Master of Science (MSc) in Strategic International Human Resource Management from Cranfield University (UK) and a Diploma (graduate degree) in education from University of Cologne.



Training Workshop in France



Paul Archer
Secret Key’s Training
Partner in UK
Speaker - Sales Trainer -
Coach

> Paul Archer is a master in selling, sales coaching and customer engagement and has worked with hundreds of corporations across the world to help them increase their sales revenue. He is an accomplished speaker, workshop leader and sales coach; continuously ahead of the curve, Paul ensures the latest tools are used in helping clients increase their sales revenue.



Training Workshop in Germany

Πώς να αφήσετε ένα **Αποτελεσματικό Μήνυμα** στον Τηλεφωνητή

Θα αφήσετε ένα μήνυμα στον τηλεφωνητή ή απλά θα κλείσετε το τηλέφωνο;

Γίνονται και τα δύο, αλλά με την υπηρεσία αναγνώρισης κλήσεων, το απλό κλείσιμο του τηλεφώνου, αναγνωρίζεται πλέον από τον πιθανό πελάτη σας και μπορεί να δουλέψει εναντίον σας. Προτείνω να χρησιμοποιήσετε την καλή σας φωνή με μαεστρία στο φωνητικό μήνυμα ώστε να αυξήσετε την πιθανότητα επιστροφής του τηλεφωνημάτός σας και να αναδείξετε τον εαυτό σας σαν κάποιον που ο πιθανός σας πελάτης θα ήθελε να μιλήσει μαζί του. Το να αφήσετε μια πληθώρα αναπάντων κλήσεων πιθανότατα δεν θα διεγείρει ποιστικά το ενδιαφέρον του να μιλήσει μαζί σας.

Μην απογοητευτείτε εάν δεν λαμβάνετε πίσω κλήσεις. Εάν τηλεφωνείτε σε πολυάσχολα άτομα, χρειάζεστε πιθανότατα περισσότερες από μια κλήσεις για να τους βρείτε στο τηλέφωνο. **Εάν το μήνυμά σας διαπνέει αξιοπιστία, εξάπτει την περιέργεια και κλείνει με αυτοπεποίθηση, θα δείτε τη διαφορά.**

Η **Jill Konrath** συγγραφέας του βιβλίου **“Selling to Big Companies and SNAP Selling”** διαθέτει ένα πολύ καλό σύντομο βίντεο, στην ιστοσελίδα www.sellingtobigcompanies.com. Εάν ακολουθήσετε τη συμβουλή της και τα παραδείγματα που προτείνει, θα προχωρήσετε σε περισσότερα κλεισίματα ραντεβού με δυνητικούς πελάτες σας.

Αυτά είναι τα 3 σημεία που προτείνει

1

Κερδίστε σε αξιοπιστία, δείχνοντας ότι γνωρίζετε τι συμβαίνει στη συγκεκριμένη αγορά των δυνητικών πελατών σας.

2

Εξάψτε την περιέργειά τους δίνοντας έμφαση στην Πρόταση Αξίας (value proposition) από μέρους σας, ή σε θετικά αποτελέσματα που επιφέρατε σε κάποιον άλλο πελάτη μέσα από τη συνεργασία σας.

3

Κλείστε με σιγουριά, σε τόνο ισότητας με τον δυνητικό σας πελάτη, και όχι όπως θα έκανε ένας συνηθισμένος πωλητής που χρειάζεται απλά να πάρει κάτι απ'αυτόν.

Το τελευταίο μου Tip είναι να έχετε μια συγκεκριμένη στρατηγική όταν αφήνετε επαναλαμβανόμενα μηνύματα σε έναν δυνητικό πελάτη.

- Προετοιμάστε περισσότερο το πρώτο σας μήνυμα.
- Διασφαλίστε ότι περιέχεται αξία και σύνδεση μεταξύ των μηνυμάτων σας
- Κρατήστε σημειώσεις για καθένα από αυτά. |

who is



Η Εσπερία Τσαγκαροπούλου στην πορεία της 25 ετούς καριέρας της έχει πετύχει αξιοσημείωτα αποτελέσματα πωλήσεων και οικονομικά, μέσα από την υλοποίηση νέων στρατηγικών. Έχει μεγάλη εμπειρία στις πωλήσεις μέσω Αντιπροσώπων και Key Accounts, στην Διοίκηση Καταστημάτων Λιανικής αλλά και στη Διοίκηση Διατμηματικών ομάδων πωλήσεων και παροχής υπηρεσιών, διαφορετικής γεωγραφίας. Έχει σχεδιάσει και υλοποιήσει πρωτοποριακά προγράμματα Εξυπηρέτησης Πελατών, όπως προγράμματα Πιστότητας και Διατήρησης πελατών, με στόχο την αύξηση Ικανοποίησης του Πελάτη και της πιστότητάς του στη μάρκα. Έχει μεγάλη εμπειρία στην Διοίκηση Λειτουργιών, υλοποιώντας πρακτικές συνεχείς βελτίωσης ως προς την αποτελεσματικότητα και κερδοφορία των επιχειρήσεων. Ήταν μέλος του Advisory Board της TOYOTA Motor Europe, και εργάστηκε για λογαριασμό της σε πολλά Projects Πανευρωπαϊκού χαρακτήρα. Η Εσπερία Τσαγκαροπούλου έχει πτυχίο Χημικού Μηχανικού από το Πολυτεχνείο της Πάτρας, Μεταπτυχιακό τίτλο Msc στη Διοικητική Επιστήμη από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, ενώ έχει εργαστεί ως ερευνητής με υποτροφία στον τομέα του Αυτοματισμού και Βιοτεχνολογίας του Ινστιτούτου ΕΙΧΗΜΥΘ του Πανεπιστημίου Πατρών. Από τον Απρίλιο του 2011 συνεργάζεται με τη Secret Key, ως Sales Management Consultant και πιστοποιημένη εισηγήτρια της Porter Henry & Co στις θεματικές ενότητες που αφορούν στην Εμπορική Διοίκηση (π.χ. Value-Added Negotiations, Managing Sales Performance, Sales Leadership, Strategic Multi-Level Selling).

Εσπερία Τσαγκαροπούλου
Sales Management Consultant, Secret Key



Γνωρίζατε ότι...

- Η **Porter Henry & Co (USA)** έχει σχεδιάσει το custom-designed σύστημα εκπαίδευσης πωλήσεων για την **P&G** και την **Pepsico**;
- Η **Secret Key** μέσα στο πρώτο εξάμηνο του 2011 έπρεξε εκπαιδευτικά προγράμματα μέσω των αντιπροσώπων της σε Αγγλία, Γαλλία, Γερμανία για τη Micro Strategy;
- Η **Secret Key διακρίθηκε** τον Ιούλιο στον Ευρωπαϊκό Διαγωνισμό «Customer Service Training Awards» (CSTA, UK) στην κατηγορία του International Customer Service Trainer 2011;
- Η **Secret Key** θα λανσάρει μέχρι το τέλος του 2011, το καινοτόμο Distance Sales Coaching πρόγραμμα της Porter Henry, το **“Sales Drive”**;
- Η **Secret Key οργανώνει «Tour of Excellence»** στο Παρίσι (Ανοιξη 2012) με έμφαση στα luxury markets με “interesting guests”;

fieldnews



Το Field News είναι το Newsletter της Secret Key, το οποίο θα κυκλοφορεί ανά εξάμηνο και θα φιλοξενεί:

- ✓ **Τάσεις, νέα και δυναμικές** ως προς την ανάπτυξη του Ανθρώπινου Δυναμικού στις Πωλήσεις & στην Εξυπηρέτηση Πελατών
- ✓ Ενδιαφέροντα **projects** που ανέλαβε η Secret Key
- ✓ Απόψεις από **Top & Senior Executives** όλων των κλάδων της αγοράς
- ✓ **Αποκλειστικές συνεντεύξεις** από καταξιωμένους International Experts σε θέματα πωλήσεων & εξυπηρέτησης
- ✓ **White Papers** της Porter Henry, και Διεθνών Ινστιτούτων βασισμένα σε πρόσφατες έρευνες
- ✓ **Business Tips** που βοηθούν τους αναγνώστες να αυξήσουν την επιδεξιότητά τους στις Πωλήσεις & στην Εξυπηρέτηση Πελατών.

*Τα Field News θα κυκλοφορούν στην Ελληνική γλώσσα, με εξαίρεση τις ενότητες Europe News & USA News (english edition)

Αποκλειστική αντιπρόσωπος της Porter Henry & Co σε Ελλάδα, Βαλκάνια, Κύπρο & Τουρκία.

Porter Henry