



ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ (Total Digital Transformation)



Ανάγκη κατάρτισης:

Μέσα στο ανταγωνιστικό περιβάλλον που ζούμε και κάτω από συνθήκες οικονομικής ύφεσης, η απόκτηση δεξιοτήτων και τεχνογνωσίας σχετικά με την Εφαρμογή, Οργάνωση, Διαχείριση και παρακολούθηση μεθόδων και διαδικασιών ψηφιακού μετασχηματισμού στις επιχειρήσεις είναι καθοριστική για την αύξηση της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητάς.

Θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε σύγχρονους και αποτελεσματικούς τρόπους λειτουργικής και οικονομικής διαχείρισης για να εξασφαλίσουμε το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα, την καλύτερη και αποτελεσματική εξυπηρέτηση των πελατών μας, την αύξηση του κύκλου εργασιών/κερδοφορίας μας και την μείωση στα κόστη, από αναποτελεσματικές και χρονοβόρες μεθόδους, ελλιπής μηχανοργάνωσης.

Η αποτελεσματική εφαρμογή μιας αναβαθμισμένης στρατηγικής, βασισμένης στην υιοθέτηση της ψηφιακής επανάστασης και του διαδικτύου, θα μπορέσει να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τις σύγχρονες προκλήσεις και να εξασφαλίσει την βιωσιμότητα της εταιρίας μας.

Μέσω του σεμιναρίου, θα μπορέσετε να ανακαλύψτε τα μυστικά αξιοποίησης της τεράστιας δύναμης του διαδικτύου και των εφαρμογών τεχνολογίας CLOUD, που είναι σημαντικά για να καταφέρουμε να πετύχουμε τους εταιρικούς μας στόχους, με την Υιοθέτηση νέας Στρατηγικής εφαρμοσμένης ψηφιακής τεχνολογίας.



Αναλυτικότερα, οι στόχοι κατάρτισης για τους συμμετέχοντες είναι:

- Η κατανόηση των πτυχών και η ανάγκη για ψηφιακή μεταμόρφωση
- Τα πλεονεκτήματα από την εφαρμογή από την υιοθέτηση νέας στρατηγικής με βάση τον ψηφιακό μετασχηματισμό
- Η κατανόηση της τεχνολογικής υποδομής για τη εφαρμογή και υποστήριξη ψηφιακών συστημάτων.
- Η Κατανόηση της συσχέτισης των πτυχών του ERP, e-commerce, e-Marketing CRM Και Κοινωνικών δικτύων για αναβάθμιση της της εμπειρίας των πελατών
- (Customer experience – CX)
- Η πρακτική Εφαρμογή με τεχνολογία διαδικτυακών εφαρμογών cloud.
- Η αξιοποίηση της Τεχνολογικής υποδομής και των Κοινωνικών δικτύων.
- Η αποτελεσματική αξιοποίηση του εφαρμοσμένου ηλεκτρονικού εμπορίου στον τομέα Εμπορικής διαχείρισης και η κάλυψη των μοντέλων συνεργασίας επιχειρήσεων B2B και των καταναλωτών B2C και το C2C.
- Η αποτελεσματική παρακολούθηση και διαχείριση της εταιρίας μέσω συστήματος BI-Business Intelligence με δυναμικές αναφορές Dashboard και δεικτών απόδοσης και παραγωγικότητας KPI

Περιγραφή υποψηφίων για συμμετοχή:

Το σεμινάριο απευθύνεται στους Διευθυντές και υπεύθυνα στελέχη από όλα τα τμήματα πωλήσεων, μάρκετινγκ, εξυπηρέτησης πελατών, ανθρώπινου δυναμικού, προγραμματισμού και, παραγωγής που εμπλέκονται στην διαχείριση και ανάπτυξη του οργανισμού τους καθώς και σε στελέχη μικρών επιχειρήσεων που έχουν ευθύνη για την ανάπτυξη της επιχείρησής τους.

Πιστοποίηση της κατάρτισης:

Μετά το τέλος του σεμιναρίου θα δοθεί πιστοποιητικό κατάρτισης στους συμμετέχοντες που θα ολοκληρώσουν με επιτυχία το πρόγραμμα.



A/A	ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΕΝΟΤΗΤΩΝ	ΔΙΑΡΚΕΙΑ (ΩΡΕΣ)
1	Τι Είναι ο ψηφιακός μετασχηματισμός (Digital Transformation) και από τί αποτελείται • Περιγραφή και οφέλη • Μετασχηματισμός βάσει της εμπειρίας των πελατών (Customer experience - CX) • Μετασχηματισμός επιχειρησιακών διαδικασιών (business processes) • Μετασχηματισμός επιχειρησιακών μοντέλων (business models)	2.00
2	Μετασχηματισμός Συνολικής Εμπειρίας Πελατών (user experience) Μέθοδοι και τεχνικές με την Χρήση εφαρμογών Cloud • Εξερεύνηση των social media για την κατανόηση των πελατών • Προώθηση των εμπορικών σημάτων μέσω των ψηφιακών μέσων • Κατασκευή νέων διαδικτυακών κοινοτήτων για να οικοδομήσουν την πίστη των πελατών • Χρήση της τεχνολογίας για τη βελτίωση της πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνίας πωλήσεων • Προσφορά καλύτερων και εξατομικευμένων υπηρεσιών πωλήσεων • Παροχή υπηρεσιών self-service μέσω ψηφιακών εργαλείων • Χρήση των κινητών εφαρμογών	3.00
3	Μετασχηματισμός επιχειρησιακών διαδικασιών και επιχειρησιακών μοντέλων (business process re-engineering) Ανάλυση διαδικασιών με την εφαρμογή μοντέλων Α. 6 Σίγμα – (six sigma) Β. Πλήρους διαχείριση ποιότητας - TQM (Total quality Management)	2.00
4.	Εφαρμογή Συστήματος ERP (cloud) – Ολιστική προσέγγιση εμπορικής ψηφιοποίησης • Καθορισμός τιμολογιακής πολιτικής • Κατηγοριοποίηση εμπορευμάτων / υπηρεσιών • Δημιουργία καρτέλας προϊόντος /Προσφορές • Καταχώρηση συνεργατών / πελατών και τα μοντέλα B2B και των καταναλωτών B2C και το C2C • Αυτόματη σύνδεση με πύλες συνεργατών / προμηθευτών (e-procurement) • Παρακολούθηση Έργων – (project management) • Παρακολούθηση εγγράφων - (document management) • Μέθοδοι μεταγωγής δεδομένων από υφιστάμενα συστήματα • Εφαρμογή Παρακολούθηση και συνεχής βελτίωση διαδικασιών/μοντέλων ανά στάδιο (Workflow Management)	3.00
5.	Εφαρμογή συστήματος ERP (cloud) - Πωλήσεις • Διαδικασία αγοράς από καταναλωτές • Διεκπεραίωση παραγγελίας • Δημιουργία αποστολή ερωτηματολογίου ικανοποίησης • Μοντελοποίηση και παρουσίαση συναφή προϊόντων ανά πελάτη με κριτήρια προτιμήσεων • Υποστήριξη πελατών	2.00



6.	Εφαρμογή συστήματος e-Commerce – σύνδεση με ERP • Διαδικασία αγοράς από καταναλωτές διαδικτυακά • Διεκπεραίωση παραγγελίας συνδεδεμένα με κοινωνικά δίκτυα • Δημιουργία αποστολή ερωτηματολογίου ικανοποίησης • Μοντελοποίηση και παρουσίαση συναφή προϊόντων ανά πελάτη με κριτήρια προτιμήσεων • Σύνδεση με σύστημα CRM • Επέκταση σε κοινωνικά δίκτυα (Social CRM) • Ανάλυση προτιμήσεων και έξυπνες μέθοδοι ανταμοιβής πιστών πελατών.	2.00
7.	Εφαρμογή εξατομικευμένης στρατηγικής e-Μάρκετινγκ – διαδικτυακής επικοινωνίας και (Public Relation on-line) • Δημιουργία και αποστολή newsletter • Δημιουργία αποστολής πληροφοριών σε BLOG • Δημιουργία αποστολή πληροφοριών σε κοινωνικά δίκτυα και παρακολούθηση • Affiliated Μάρκετινγκ • Παραγωγή ψηφιακού περιεχομένου και Βίντεο • Μηχανισμός επικοινωνίας και παρακολούθησης μέσω CHAT-BOT με δυνατότητα τεχνητής νοημοσύνης AI (Artificial Intelligence)	3.00
8.	Η Εταιρική δυναμική εικόνα με εφαρμογή BI-Business Intelligence - για συνεχόμενη παρακολούθηση και αναβάθμιση της εταιρικής απόδοσης / παραγωγικότητας • Γραφικές αναπαραστάσεις DASHBOARDS • Δείκτες επισκεψιμότητας (σε όλα τα τμήματα και χώρους διαδικτυακής παρουσίας) • Τάσεις αγοράς από ανατροφοδότηση και δελτία αναφορών • Παρακολούθηση παραγωγικότητας τμημάτων/ προσωπικού • Παρακολούθηση δεικτών οικονομικής απόδοσης • Εντοπισμός προβληματικών διαδικαστικών κόμβων και εισηγήσεις διορθώσεων	3.00
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΡΤΗΣΗΣ		20 ΩΡΕΣ