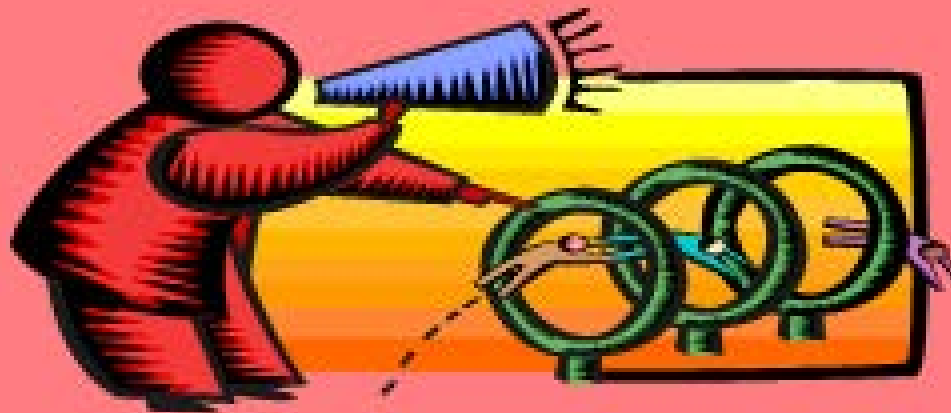


MANAGEMENT

*MANAGEMENT ΕΙΝΑΙ Η ΤΕΧΝΗ ΠΟΥ ΜΑΣ ΒΟΗΘΑΕΙ ΝΑ ΑΠΟΦΑΣΙ-
ΣΟΥΜΕ ΤΙ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΝΟΥΜΕ , ΚΑΙ ΠΩΣ ΝΑ ΑΝΑΘΕΣΟΥΜΕ
ΣΕ ΚΑΠΟΙΟΥΣ ΑΛΛΟΥΣ ΝΑ ΤΟ ΔΙΕΚΠΕΡΑΙΩΣΟΥΝ.*



MANAGER

1. ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ

2. ΟΡΓΑΝΩΝΕΙ

3. ΕΚΠΑΙΔΕΥΕΙ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΕΙ ΚΙΝΗΤΡΑ

4. ΕΛΕΓΧΕΙ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ MANAGERS

1. ΕΚΕΙΝΟΙ ΠΟΥ ΔΕΝ ΞΕΡΟΥΝ ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ.
2. ΕΚΕΙΝΟΙ ΠΟΥ ΑΠΛΩΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ.
3. ΟΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΩΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ.

ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΣΤΟΧΩΝ

1. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ
2. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΧΩΝ
3. ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ
4. ΑΝΑΘΕΣΗ ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΩΝ
5. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
6. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΙΝΗΤΡΩΝ
7. ΑΣΚΗΣΗ ΗΓΕΣΙΑΣ
8. ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ
9. ΕΛΕΓΧΟΣ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ



ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

1. ΑΚΟΥΜΕ ΜΟΝΟ ΑΥΤΑ ΠΟΥ ΘΕΛΟΥΜΕ Ν' ΑΚΟΥΣΟΥΜΕ.
2. ΑΓΝΟΟΥΜΕ ΑΛΛΗΛΟΣΥΓΚΡΟΥΟΜΕΝΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ.
3. ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΟ ΑΤΟΜΟ ΤΟΥ ΟΜΙΛΗΤΗ.
4. ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ.
5. ΚΑΘΕ ΛΕΞΗ ΕΧΕΙ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΕΝΝΟΙΑ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΑΤΟΜΟ.
6. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΧΩΡΙΣ ΛΟΓΙΑ.
7. ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΑ – ΠΑΡΟΡΜΗΣΕΙΣ.
8. Ο ΘΟΡΥΒΟΣ.
9. ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ.



BOSS



BUSINESS



LEADER



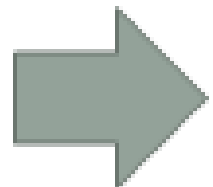
BUSINESS



- Η διαδικασία λήψης αποφάσεων αποτελεί μία σειρά ενεργειών με την οποία η διοίκηση επιλύει διάφορα επιχειρησιακά προβλήματα και φυσικά, είναι μια δυναμική διαδικασία.
- Οι δύο κατηγορίες αποφάσεων που πρέπει να λαμβάνονται στο χώρο των επιχειρήσεων είναι οι προγραμματισμένες και οι απρογραμμάτιστες.

Εμπόδια στη λήψη αποφάσεων

- Περιμένουμε να συμβεί κάτι αντί να ενεργήσουμε εκ των προτέρων.
- Αναβλητικότητα και ραθυμία
- Άρνηση να επιλέξουμε διότι καμία επιλογή δεν είναι τέλεια
- Βιαστική επιλογή χωρίς καλή έρευνα
- Πεποίθηση ότι δεν υπάρχει επιλογή



- Αυτοκατηγορία για προηγούμενες λανθασμένες επιλογές
- Κατηγορούμε συνέχεια τους άλλους ότι φταίνε
- Αποφεύγουμε να αποφασίσουμε για να μην κάνουμε λάθος
- Εμμονή και καθήλωση στις αμφιβολίες.

Διαδικασία λήψης αποφάσεων

Διατύπωση του προβλήματος



Ανάπτυξη εναλλακτικών λύσεων



Επιλογή της/ των προτεινόμενων λύσεων



Σχέδιο δράσης

Η ανάλυση SWOT

- Η τεχνική αυτή αξιολογεί, εφαρμόζεται κατά τη φάση της σύγκλισης και προσδιορίζει:
- Δυνάμεις (Strengths)
- Αδυναμίες (Weaknesses)
- Ευκαιρίες (Opportunities)
- Απειλές (Threats).

Strengths (Δυνάμεις)	Opportunities (Ευκαιρίες)
Weaknesses (Αδυναμίες)	Threats (Απειλές)

- **Η παρακίνηση (motivation)**
είναι η διαδικασία μέσα από την οποία ανταποκρίνεται μία επιχείρηση στα κίνητρα των εργαζομένων προς την κατεύθυνση των επιθυμητών στόχων.

- Σαν **κίνητρο** θεωρούμε οτιδήποτε μας ενεργοποιεί και μας ωθεί προς τη δράση. Για να είμαστε πιο ακριβείς, κίνητρο θεωρείται μια εσωτερική κατάσταση που δραστηριοποιεί και διευθύνει τη συμπεριφορά προς την επίτευξη στόχων.

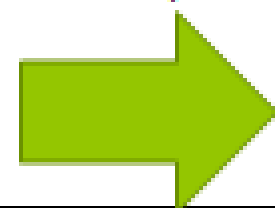
- Κίνητρο αποτελεί η **πρόκληση** που υπάρχει στην εργασία, το αίσθημα του να ανήκεις σε μία ομάδα, το κύρος που προσδίδει μία προαγωγή, το εργασιακό περιβάλλον, η ανάληψη πρωτοβουλίας και οι αυξημένες ευθύνες ακόμα και ο φόβος των σφαλμάτων, της απόλυσης, της δυσμενούς μεταχείρισης ή της μείωσης αποδοχών.

Η αποτελεσματική παρακίνηση με τη διαμόρφωση του κατάλληλου μείγματος κινήτρων, οδηγεί στην αύξηση της παραγωγικότητας.

Παραγωγικότητα εργασίας= ποσότητα παραγωγής/ ανθρωποώρες

Ανθρωποώρες= Αριθμός εργαζομένων Χ ώρες εργασίας

- Οι ακόλουθοι παράγοντες επηρεάζουν την παραγωγικότητα:
- Η ευσυνειδησία των εργαζομένων (το ύψος και ο τρόπος αμοιβής, οι πρόσθετες παροχές, η περίθαλψη και η συμπεριφορά των προϊσταμένων)
- Οι συνθήκες εργασίας (διάρκεια, ένταση, περιβάλλον και σχέσεις).
- Ο καταμερισμός των εργασιών που εφαρμόζεται στην επιχείρηση. (Η επιδεξιότητα και η ταχύτητα οι οποίες αποκτώνται με τον σωστό καταμερισμό, προκαλούν ποσοτική και ποιοτική βελτίωση της παραγωγής



- Ο συνδυασμός της επαγγελματικής εκπαίδευσης και εμπειρίας των εργαζομένων.
- Η εφαρμογή σύγχρονης τεχνολογίας
- Η σωστή οργάνωση και η διαχείριση της εργασίας και της επιχείρησης (αποφυγή σπατάλης κεφαλαίου και χρόνου).
- Βασικά, αυτό που χρειάζεται ο εργαζόμενος είναι να προσδίδει κάποιο **νόημα** στην εργασία του.

Συμπτώματα έλλειψης παρακίνησης

- ο Χαμηλή παραγωγικότητα
- ο Πολλές απουσίες
- ο Ανεπαρκής τήρηση ωραρίου
- ο Πολλές αποχωρήσεις προσωπικού
- ο Εργασία χαμηλής ποιότητας
- ο Παράπονα καταναλωτών/ πελατών
- ο Χαμηλό ηθικό ομάδας
- ο Διαπροσωπικές συγκρούσεις
- ο Αντιθέσεις με τη διοίκηση
- ο Ανελαστική στάση σε αλλαγές
- ο Κακές σχέσεις με άλλα τμήματα

ΤΟ MARKETING ΕΙΝΑΙ Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ
ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΤΗΝ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΤΟΝ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟ
ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ –ΣΤΟΧΩΝ ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΤΗΣ
ΚΑΛΥΤΕΡΗΣ
ΜΕΘΟΔΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ
ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΠΙΘΥΜΙΩΝ ΤΟΥΣ ΜΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΚΑΙ
ΚΕΡΔΟΦΟΡΟ ΤΡΟΠΟ

ΤΟ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟ MARKETING

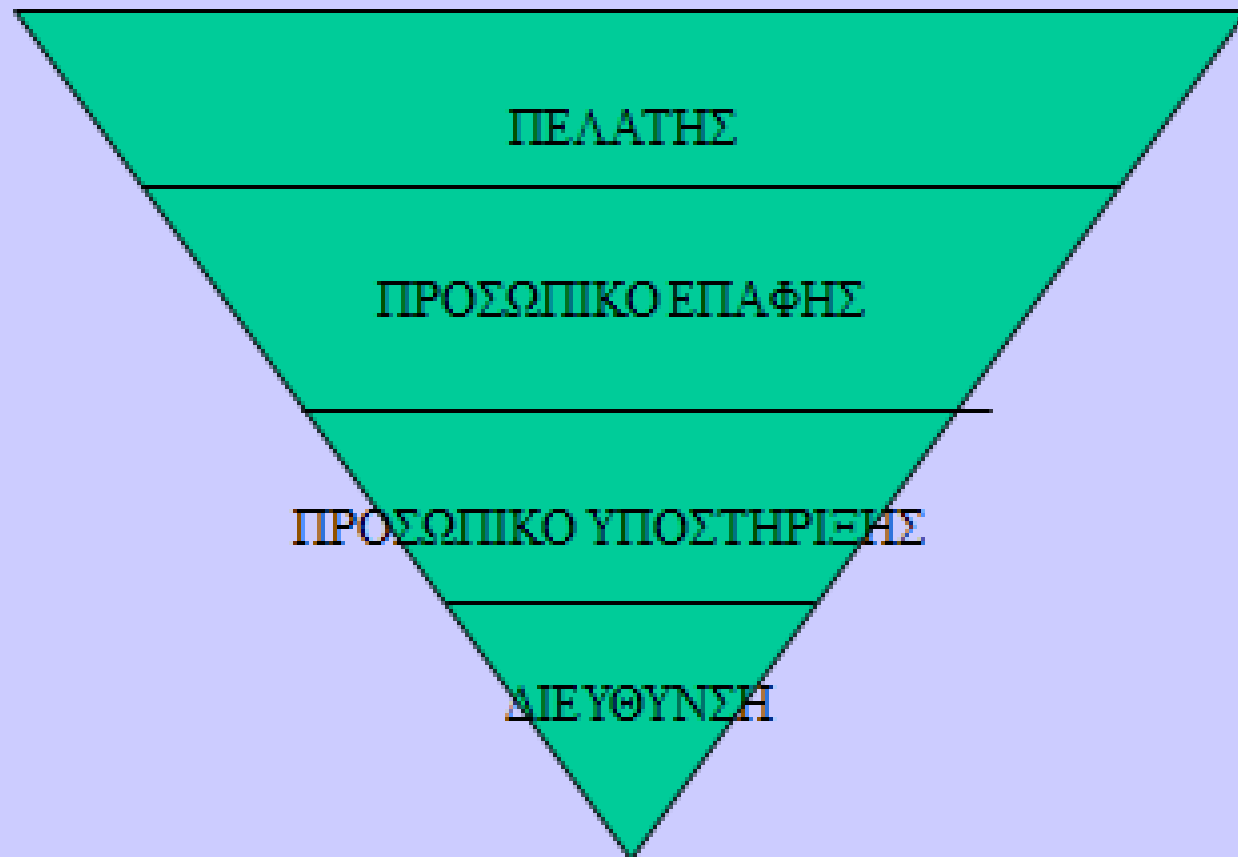
ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ Η ΤΕΧΝΗ ΤΟΥ ΝΑ ΠΩΛΕΙΣ
ΑΥΤΑ ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΕΙΣ ,
ΑΛΛΑ ΝΑ ΞΕΡΕΙΣ ΤΙ ΦΤΙΑΧΝΕΙΣ
ΚΑΙ
ΤΙ ΝΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙΣ.

ΠΟΙΟΤΗΤΑ (QUALITY)

ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ ΟΤΙ ΟΡΙΖΕΙ Ο ΠΕΛΑΤΗΣ
ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΚΑΙ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΜΙΑΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΚΡΙΝΕΤΑΙ ΒΑΣΕΙ ΤΟΥ ΠΩΣ Ο
ΠΕΛΑΤΗΣ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΕΤΑΙ.

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ (ΠΟΙΩ)+ΙΚΑΝΟ (ΑΡΚΕΤΟ)

10.ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΗ ΠΥΡΑΜΙΔΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ.



ΟΙ ΔΕΚΑ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

1.ΑΣΦΑΛΕΙΑ.

2.ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ.

3.ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ.

4.ΕΥΓΕΝΙΑ.

5.ΑΝΤΙΛΗΠΤΟΤΗΤΑ(EMPATHY).

6.ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ.

7.ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ.

8.ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.

9.ΧΕΙΡΟΠΙΑΣΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.

10.ΦΕΡΕΓΓΥΟΤΗΤΑ.

Τύποι πελατών

- Ο εκλεκτικός
- Ο πρακτικός
- Ο συνεσταλμένος
- Ο επιθετικός
- Ο μπερδεμένος
- Ο διστακτικός
- Ο ανυπόμονος



ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΥΝΗΘΩΣ ΝΙΩΘΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΓΚΗ...

- ... να αισθάνονται ευπρόσδεκτοι
- ... για άμεση εξυπηρέτηση
- ... να αισθάνονται άνετα
- ... για καλή εξυπηρέτηση
- ... για κατανόηση
- ... για βοήθεια
- ... να αισθάνονται σημαντικοί
- ... για εκτίμηση
- ... για αναγνώριση
- ... για σεβασμό



ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Προσαρμόζοντας τα επικοινωνιακά μας χαρακτηριστικά σε αυτά του πελάτη:

- Προφορικό λόγο (λεκτικό περιεχόμενο) 7%
- Τόνο φωνής 38%
- Γλώσσα σώματος 55%

