

Βιβλία για το Επιχειρείν

- 1) Οι πελάτες φέρνουν τα κέρδη
- 2) Το τηλέφωνο φέρνει τα κέρδη
- 3) Διαπολιτισμική Επικοινωνία

3 βιβλία χρήσιμα για κάθε επιχειρηματία με τον πελάτη-στόχο από το χώρο του εμπορίου και του τουρισμού.

1) Οι πελάτες φέρνουν τα κέρδη (ISBN: 978-618-81956-1-5)



Το 210 σελίδων βιβλίο αποτελείται στον επιχειρηματία/έμπορο και το προσωπικό "πρώτης γραμμής" του καταστήματός του και δίνει απάντηση στα:

- - Γιατί και πως οι πελάτες επιλέγουν ένα κατάστημα για τις αγορές τους
- - Πότε οι πελάτες προγραμματίζουν τις αγορές τους

- Ποια είναι η αγοραστική συμπεριφορά του σημερινού πελάτη
- Πως η "πώληση χωρίς τον πωλητή" (merchandising) ενεργοποιεί το αγοραστικό ενδιαφέρον του πελάτη
- Ποιες είναι οι δεξιότητες του πωλητή που οι πελάτες θέλουν να θυμούνται

2) Το τηλέφωνο φέρνει τα κέρδη (ISBN: 978-960-93-3017-6)



Η 250 σελίδων έκδοση αποτελείται σε όλους όσους χρησιμοποιούν επαγγελματικά το τηλέφωνο:

- Στελέχη Επιχειρήσεων
- Πωλητές
- Υπεύθυνους πώθησης προϊόντων/υπηρεσιών
- Αρμόδιους μέτρησης βαθμού ικανοποίησης πελατών
- Call centers κ.α.

Το βιβλίο εστιάζεται:

1. Στη σημασία της τηλεφωνικής κουλτούρας για κάθε επιχείρηση.
2. Στις δεξιότητες που απαιτεί η χρήση του τηλεφώνου.
3. Στην οργάνωση και τις φάσεις ενός ενεργητικού τηλεφωνήματος.
4. Στην αντιμετώπιση των διαμαρτυριών και των παραπόνων από το τηλέφωνο.

3) Διαπολιτισμική Επικοινωνία (ISBN: 978-960-93-5319-9)



Η 270 σελίδων έκδοση δίνει:

- στους επιχειρηματίες και τα στελέχη τους από το χώρο του εξωτερικού εμπορίου και της ναυτιλίας
- στους απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία
- στα εκπατριζόμενα στελέχη των επιχειρήσεων και
- στους επισκέπτες ξένων χωρών,

τη συνταγή της επιτυχίας στην επικοινωνία τους με άτομα διαφορετικής από τη δική μας κουλτούρα.

Στόχος του βιβλίου είναι η βελτίωση των δεξιοτήτων του αναγνώστη:

α) στην κατανόηση του πως ίδια πράγματα επικοινωνούνται με διαφορετικό τρόπο ανάλογα με την εθνική και την ατομική ιδιοσυγκρασία του αντισυμβαλλομένου του

β) στην αποφυγή διαπραγματευτικών ατοπημάτων και αδιεξόδων όταν το Νοητικό Λογισμικό του αντισυμβαλλομένου του διαφέρει από το δικό μας και/

γ) στην υπογράμμιση της σημασίας του Επιχειρηματικού Πρωτοκόλλου (Business etiquette) για το κτίσιμο σχέσεων αλληλοκατανόησης και αμοιβαίας εμπιστοσύνης , από το πρώτο κίόλας λεπτό της συνάντησης.

Ειδική αναφορά από πλευρά επικοινωνιακής συμπεριφοράς γίνεται στις ακόλουθες χώρες, οι οποίες καλύπτουν πάνω από το 95% του εξωτερικού μας εμπορίου και ανάλογο ποσοστό των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας:

- | | | |
|-------------------------------------|----------------------|--------|
| - Αζερμπαϊτζάν | - Ινδία | |
| - Αίγυπτος | | - Ιράν |
| - Αραβικά Κράτη του Κόλπου | - Ισπανία | |
| - Αυστραλία | - Ιταλία | |
| - Βραζιλία (Αργεντινή, Μεξικό, ...) | - Κίνα (Βιετνάμ) | |
| - Βέλγιο, Λουξεμβούργο | - Ολλανδία | |
| - Βουλγαρία | - Πολωνία | |
| - Γαλλία | - Ρουμανία (Αλβανία) | |
| - Γερμανία | - Ρωσία | |
| - Ηνωμένο Βασίλειο | - Σκαδιναβικές Χώρες | |
| - ΗΠΑ/Καναδάς | - Τουρκία | |
| - Ιαπωνία (Ν. Κορέα) | | |



Κριτσωτάκης Ιωάννης

Διδάκτωρ του Οικονομικού Πανεπιστημίου της Βιέννης με εξειδίκευση στην Επικοινωνία και στο Marketing Εξαγωγών.

Πρώην ανώτατο στέλεχος του Ελληνικού Οργανισμού Εξαγωγών και Καθηγητής στην Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης.

Διαθέτει μακροχρόνια διδακτική εμπειρία στην εκπαίδευση στελεχών επιχειρήσεων στην Επικοινωνία και ένα πλούσιο συγγραφικό έργο (Το Τηλέφωνο Φέρνει Κέρδη, Εμπορικές Εκθέσεις - Ο Δρόμος για την Επιτυχία, Νικητές οι Πωλήσεις που Αγαπούν οι Πελάτες, Επειδή Ποτέ δεν θα Έχετε μια Δεύτερη Ευκαιρία, Διαπολιτισμική Επικοινωνία).