

“VELLUM HORIZONTAL SKILLS”

ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΠΩΛΗΤΗΣ

SYLLABUS

Vellum Global Educational Services

Έκδοση 1_1



Πνευματικά Δικαιώματα

Το παρόν έγγραφο αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της Vellum Global Educational Services και όλα τα δικαιώματα είναι κατοχυρωμένα και προστατευμένα από την Ελληνική και Ευρωπαϊκή νομοθεσία.

Απαγορεύεται η αναπαραγωγή του σχετικού εγγράφου, είτε μέρους είτε όλου, χωρίς την έγγραφη έγκριση της Vellum Global Educational Services. Η διάθεσή του επιτρέπεται μόνο ως αυτούσιου και για ενημερωτικούς σκοπούς.

Αποκήρυξη Ευθυνών

Η Vellum Global Educational Services προετοιμάζοντας το παρόν σχήμα πιστοποίησης και διενεργώντας συστηματικούς ελέγχους ώστε να καλύπτει την εγκυρότητα του περιεχομένου του, καμία ευθύνη ωστόσο δεν φέρει για οποιαδήποτε ζημία προκύψει από την χρήση του παρόντος είτε κατά τμήμα είτε κατά όλο.

Το περιεχόμενο του παρόντος είναι δυνατόν να τροποποιηθεί ή καταργηθεί όποτε κριθεί απαραίτητο και χωρίς προηγούμενη ενημέρωση.

Εξεταστέα Ύλη

Η εξεταστέα ύλη ανακοινώνεται στο δικτυακό τόπο της Vellum Global Educational Services, **www.vellum.org.gr**, ο οποίος είναι και ο μόνος που αναγνωρίζεται από την εταιρεία ως σημείο ενημέρωσης των ενδιαφερομένων.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
1.1 Πιστοποίηση στο Αντικείμενο “ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΠΩΛΗΤΗΣ”	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ.....	5
2.1 Σκοπός	5
2.2 Δομή του πιστοποιητικού	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΞΕΤΑΣΤΕΑΣ ΥΛΗΣ	7
3.1 Αντικείμενα αξιολόγησης και κριτήρια απόδοσης	7
3.2 Περιεχόμενα εξεταστέας ύλης	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΩΝ.....	11

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Πιστοποίηση στο Αντικείμενο “ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΠΩΛΗΤΗΣ”

Η πολυπλοκότητα των σύγχρονων προϊόντων και υπηρεσιών αφενός και η ανάγκη δημιουργίας και διατήρησης διαπροσωπικών και μακροχρόνιων σχέσεων και επαφών με τους πελάτες, αφετέρου, έχουν αναγκάσει πολλές επιχειρήσεις να βασίζονται ολοένα και περισσότερο στις γνώσεις των σύγχρονων επαγγελματιών πωλητών, στους οποίους ανατίθεται η υλοποίηση του προγράμματος πωλήσεων της επιχείρησης.

Οι Εξωτερικοί Πωλητές αντιπροσωπεύουν εμπορικές και μεταποιητικές βιομηχανικές επιχειρήσεις όλων των κλάδων της οικονομίας και προμηθεύουν με προϊόντα και υπηρεσίες. Αναλαμβάνουν το ρόλο της προώθησης αναφορικά με τα χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματα-οφέλη του προϊόντος με απόλυτο στόχο τη σωστή και ολοκληρωμένη πώλησή του. Αποτελούν τον σημαντικό συνδετικό κρίκο ανάμεσα στην επιχείρηση και στον πελάτη, εφαρμόζοντας την στρατηγική διατήρησης, ανάπτυξης και μεγιστοποίησης των αποτελεσμάτων πωλήσεων, ενώ παράλληλα οι εξωτερικοί πωλητές αποτελούν την σημαντικότερη πηγή γνώσης και ενημέρωσης της επιχείρησης, παρέχοντας πληροφορίες για την αγορά και τον ανταγωνισμό που την καθιστούν περισσότερο ευέλικτη και ανταγωνιστική.

Όσοι επιλέγουν να δραστηριοποιηθούν στον απαιτητικό αυτό κλάδο, θα πρέπει να είναι σε θέση να εφαρμόσουν ένα σύνολο γνώσεων και τεχνικών, ώστε να δύνανται να εκπροσωπούν επάξια την επιχείρηση στην οποία εργάζονται και να ανταπεξέρχονται στις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις της σύγχρονης ανταγωνιστικής αγοράς, εξασφαλίζοντας τα καλύτερα δυνατά πωλησιακά αποτελέσματα.

Στόχος λοιπόν της πιστοποίησης είναι η εξέταση και η αξιολόγηση των υποψηφίων σε βασικές αρχές marketing και οργάνωσης πωλήσεων, ανάπτυξης επικοινωνιακών και οργανωτικών γνώσεων, αλλά και άλλων βασικών εννοιών που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τον σύνθετο ρόλο του Εξωτερικού Πωλητή. Επίσης, μέσω της πιστοποίησης, επιχειρείται η ενίσχυση των στελεχών εξωτερικών πωλήσεων με τις απαραίτητες γνώσεις και τα εργαλεία, που πρέπει να διαθέτουν ως ομάδα πωλήσεων για να εξασφαλισθεί η ικανοποίηση και η πιστότητα των πελατών, με στόχο πάντα την ανάπτυξη και την κερδοφορία της εκάστοτε επιχείρησης.

Η πιστοποίηση του «Εξωτερικού Πωλητή» αφορά όλους τους εργαζόμενους στον κλάδο των πωλήσεων και κυρίως των πωλητών που δραστηριοποιούνται στις B2B πωλήσεις, δηλαδή τις

πωλήσεις που γίνονται μεταξύ των επιχειρήσεων, αλλά και σε όσους θέλουν να δραστηριοποιηθούν σε αυτό τον ιδιαίτερα ανταγωνιστικό κλάδο.

Συγκεκριμένα η πιστοποίηση περιέχει τις εξής ενότητες:

- Βασικές αρχές marketing
- Οργάνωση πωλήσεων
- Υποστήριξη μετά την πώληση (after sales support)
- Ανάπτυξη επικοινωνιακών δεξιοτήτων
- Ανάπτυξη οργανωτικών δεξιοτήτων

Η εξεταστέα ύλη και οι εξετάσεις διατίθενται στα Ελληνικά.

Επίσης προαπαιτήσεις τις οποίες πρέπει να πληρούν οι υποψήφιοι για να κάνουν αίτηση για το πιστοποιητικό, είναι:

- ♦ Η ηλικία των 18 ετών και άνω
- ♦ Απόφοιτος/η Υποχρεωτικής εκπαίδευσης (ως ορίζεται από τη Νομοθεσία)

Είτε

- ♦ Συμμετοχή, σχετική με το αντικείμενο, σε σεμινάριο – εκπαιδευτικό πρόγραμμα κατ'ελάχιστο 50 ωρών

Είτε

- ♦ Σχετική με το αντικείμενο επαγγελματική εμπειρία

Τα εξεταστικά κέντρα για να διεξάγουν εξετάσεις για το συγκεκριμένο σχήμα πιστοποίησης της Vellum, πρέπει να έχουν τον κατάλληλο εξοπλισμό και το λογισμικό που χρειάζεται για την αξιολόγηση των υποψηφίων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ

2.1 Σκοπός

Σκοπός του πιστοποιητικού είναι να αξιολογήσει τις βασικές θεωρητικές γνώσεις επί του ρόλου και των διαδικασιών λειτουργίας του Εξωτερικού Πωλητή.

Να διαπιστώσει τις ικανότητες μιας μεγάλης ομάδας ατόμων που ασχολούνται με τις Εξωτερικές Πωλήσεις, ή που επιθυμούν να διεκδικήσουν μία θέση εργασίας ως στελέχη πωλήσεων σε μεγάλες εταιρείες του ιδιωτικού τομέα.

2.2 Δομή του πιστοποιητικού

Ο Υποψήφιος για να αποκτήσει το Πιστοποιητικό εξετάζεται σε όλες τις ενότητες. Οι ενότητες που διατίθενται στο πιστοποιητικό, είναι οι παρακάτω:

Ενότητα εφαρμογής	Κατάσταση	Διάρκεια
1.Βασικές αρχές marketing	Βασική Ενότητα	45 λεπτά θεωρητική εξέταση
2. Οργάνωση πωλήσεων	Βασική Ενότητα	
3.Υποστήριξη μετά την πώληση (after sales support)	Βασική Ενότητα	
4. Ανάπτυξη επικοινωνιακών δεξιοτήτων	Βασική Ενότητα	
5. Ανάπτυξη οργανωτικών δεξιοτήτων	Βασική Ενότητα	

Η **βάση ερωτήσεων** (QDB) αποτελείται από **150 κρυπτογραφημένες** με σύγχρονο αλγόριθμο (MD5) ερωτήσεις και πιθανές απαντήσεις (δολώματα).

Το εξεταστικό σύστημα της Vellum ακολουθεί την τυχαία λήψη 30 ερωτήσεων από το σύνολο των παραπάνω ενοτήτων εφαρμογής, διαδικτυακά, χωρίς την ενδιάμεση παρεμβολή τρίτου μέρους, και τις ανακατεύει. Από τις 30 αυτές ερωτήσεις, επιλέγει ισόποσα Εύκολες, Μέτριες και Δύσκολες.

Αυτές οι γνώσεις εξετάζονται στον υπολογιστή με τη μορφή ερωτήσεων πολλαπλών επιλογών.

Για να πάρει το πιστοποιητικό ο υποψήφιος θα πρέπει να επιτύχει στην εξεταστική διαδικασία πιστοποίησης, με ποσοστό επιτυχίας 70%, στο σύνολο των ενοτήτων. Επισημαίνεται πως σε περίπτωση αποτυχίας, ο κάθε υποψήφιος έχει δικαίωμα επανάληψης της εξεταστικής διαδικασίας.

Εξέταση σε Εξεταστικό Κέντρο: Στις περιπτώσεις υποψηφίων με αναπηρία και ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες, **όπως κάποιες από αυτές αναφέρονται στο Ν.3699/2008 (ΦΕΚ 199Α)**, η εξέταση διεξάγεται κατά περίπτωση όπως περιγράφεται πιο κάτω.

Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει:

1. Να ενημερώσει έγκαιρα το εξεταστικό κέντρο, προκειμένου να προβεί στις απαραίτητες ενέργειες προμήθειας του ειδικού εξοπλισμού που ενδεχομένως χρειαστεί, για τον δεύτερο επιτηρητή που θα πρέπει να ορισθεί, καθώς και για την εύρεση ή τον ορισμό του κατάλληλου ατόμου που θα λειτουργήσει ως βοηθός/γραφέας, ο οποίος δεν θα πρέπει να συμμετείχε σε οποιαδήποτε πιθανή εκπαιδευτική διαδικασία με τον υποψήφιο.
2. Να προσκομίσει βεβαίωση που χορηγείται με γνωμάτευση Υγειονομικής Επιτροπής ή από Κρατικό Νοσηλευτικό Ίδρυμα ή από το αναγνωρισμένο από το Υπουργείο Παιδείας, Δια Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων Ιατροπαιδαγωγικό Κέντρο, στην οποία πρέπει να αναγράφεται η πάθηση.

Συγκεκριμένα οι «εξεταζόμενοι»:

- α. που έχουν σοβαρά προβλήματα ακοής (κωφοί, βαρήκοοι) σε ποσοστό 67% και πάνω εξετάζονται κανονικά με την παρουσία ατόμου που γνωρίζει τη νοηματική μέθοδο για την παροχή οδηγιών και διευκρινήσεων προς τον εξεταζόμενο.
- β. που έχουν αδυναμία αντίληψης των χρωμάτων, όλες οι ερωτήσεις που αφορούν σε χρώματα, αναφέρονται και ονομαστικά στο ζητούμενο χρώμα. Για την ορθή απάντηση στην αντίστοιχη ερώτηση οι εξεταζόμενοι επιτρέπεται να χρησιμοποιήσουν τις ετικέτες των χρωμάτων που εμφανίζονται στα αντίστοιχα μενού.
- γ.1 που είναι τυφλοί, σύμφωνα με το ν.958/79 (ΦΕΚ 191 Α) ή έχουν ποσοστό αναπηρίας στην όρασή τους τουλάχιστον 67% ή είναι αμβλύωπες με ποσοστό αναπηρίας στην όρασή τους τουλάχιστον 67%, ή
- γ.2 έχουν κινητική αναπηρία τουλάχιστον 67% μόνιμη ή προσωρινή που συνδέεται με τα άνω άκρα, ή
- γ.3 πάσχουν από σπαστικότητα των άνω άκρων, ή
- γ.4 πάσχουν από κάταγμα ή άλλη προσωρινή βλάβη των άνω άκρων που καθιστά αδύνατη τη χρήση τους για γραφή, ή
- γ.5 παρουσιάζουν ειδικές μαθησιακές δυσκολίες όπως δυσλεξία, δυσγραφία, δυσαριθμησία, δυσαναγνωσία, δυσορθογραφία και
- γ.6 παρουσιάζουν το φάσμα αυτισμού,

εξετάζονται με τη βοήθεια βοηθού/γραφέα. Ο βοηθός γραφέας διαβάσει τις ερωτήσεις και πληκτρολογεί τις απαντήσεις του εξεταζόμενου.

Σημείωση: Οι «εξεταζόμενοι» της περίπτωσης γ.1 αν δεν υπάρχει εγκατεστημένο ειδικό λογισμικό (Screen magnification software) μπορούν να χρησιμοποιήσουν επίσης από τα Βοηθήματα των Windows τον Μεγεθυντικό φακό.

Σε όλους τους «εξεταζόμενους» παρέχεται επιπλέον χρόνος εξέτασης 30 λεπτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΞΕΤΑΣΤΕΑΣ ΥΛΗΣ

3.1 Αντικείμενα αξιολόγησης και κριτήρια απόδοσης

Ακολουθούν λεπτομέρειες για τις εξεταζόμενες ενότητες. Για κάθε ενότητα, προσδιορίζονται τα σχετικά Αντικείμενα αξιολόγησης για κάθε ενότητα.

Για να προετοιμαστούν πλήρως για τις εξετάσεις, οι υποψήφιοι πρέπει να μπορούν να ικανοποιήσουν όλα τα Αντικείμενα Αξιολόγησης, ενώ κατά την εξεταστική διαδικασία μπορεί να μην εξεταστούν απευθείας σε όλα τα Αντικείμενα Αξιολόγησης.

Οι υποψήφιοι πρέπει να έχουν βασικές γνώσεις χειρισμού του πληκτρολογίου και του ποιντικού του υπολογιστή, καθώς η εξεταστική διαδικασία διεξάγεται με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή.

Σημαντική σημείωση: Όπως περιγράφεται στην αρχή των ξεχωριστών ενοτήτων, από τους υποψηφίους ζητείται να γνωρίζουν όλα τα αντικείμενα αξιολόγησης της εξεταστέας ύλης, προκειμένου να αξιολογηθούν σε μία εξεταστική ώρα, στις ενότητες εφαρμογής.

3.2 Περιεχόμενα εξεταστέας ύλης

Ενότητα 1^η: Βασικές αρχές marketing

Σκοπός της Ενότητας 1 είναι η εξέταση των βασικών γνώσεων, που αφορούν τις βασικές αρχές, έννοιες και τα εργαλεία του μάρκετινγκ, καθώς και τις διαδικασίες εφαρμογής του σε διαφορετικές επιχειρήσεις και οργανισμούς. Επίσης επιδιώκεται η εξοικείωση με τις κατηγορίες και τις διαδικασίες της έρευνας αγοράς.

Αντικείμενα Αξιολόγησης
1.1 Βασικές αρχές marketing
1.2 Έρευνα αγοράς
1.3 Τμηματοποίηση αγοράς
1.4 Τοποθέτηση προϊόντος
1.5 Ο Σχεδιασμός του πλάνου Μάρκετινγκ

Ενότητα 2^η: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Σκοπός αυτής της Θεματικής Ενότητας είναι η εξοικείωση με βασικά θέματα που αφορούν στην οργάνωση πωλήσεων. Συγκεκριμένα οι δραστηριότητες της διοίκησης πωλήσεων και ζητήματα που αφορούν στην υλοποίηση και στην εφαρμογή του προγράμματος πωλήσεων, καθώς και στην αξιολόγηση των αποτελεσμάτων.

Αντικείμενα αξιολόγησης
2.1 Οργάνωση Πωλήσεων
2.2 Διοίκηση Πωλήσεων
2.3 Τεχνικές Πωλήσεων

Ενότητα 3^η: ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ (AFTER SALES SUPPORT)

Στη συγκεκριμένη θεματική ενότητα αναλύονται θέματα που αφορούν στην αποτελεσματική εξυπηρέτηση πωλητών μετά την πώληση, αλλά και η σημασία που έχει η καλλιέργεια κουλτούρας υποστήριξης για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Επίσης σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται και τρόποι διαχείρισης παραπόνων των πελατών.

Αντικείμενα αξιολόγησης
3.1 Η έννοια του πελάτη
3.2 Η έννοια της ποιότητας
3.3 Εξυπηρέτηση πελατών-Ικανοποίηση πελάτη
3.4 Εξυπηρέτηση πελάτη μετά την πώληση

Ενότητα 4^η: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΔΙΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

Σκοπός αυτής της θεματικής ενότητας είναι να παρουσιαστούν τα μυστικά της επικοινωνίας και οι βασικές επικοινωνιακές γνώσεις.

Αντικείμενα Αξιολόγησης
4.1 Βασικές Αρχές Επικοινωνίας
4.2 Βασικές Δεξιότητες Επικοινωνίας
4.3 Μορφές και Είδη Επικοινωνίας

Ενότητα 5^η: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΩΝ ΔΙΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

Σκοπός αυτής της θεματικής ενότητας είναι να παρουσιαστούν ο ρόλος που διαδραματίζει η οργανωσιακή κουλτούρα στη συμπεριφορά των εργαζομένων και οι τεχνικές διαχείρισης χρόνου.

Αντικείμενα αξιολόγησης
5.1 Βασικές Αρχές της Οργανωσιακής Κουλτούρας
5.2 Τεχνικές Διαχείρισης Χρόνου
5.3 Διαχείριση Προτεραιοτήτων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Aaker, D.A.(1996), Building strong brands, N.Y. The FreePress
- Amstrong G. and Kotler P(2009) Εισαγωγή στο μάρκετινγκ, Εκδόσεις Επίκεντρο.
- Aston, R(2012).Επιτυχημένη διαχείριση χρόνου σε μια εβδομάδα. Εκδόσεις Ανούβις.
- Bateman,Th. & Snell,S.(2012).Διοίκηση Επιχειρήσεων, Εκδόσεις Τζιόλα.
- Giblin L.(2001) Skill with People Εκδόσεις Les Giblin
- Kotler P & Keller K(2006) Marketing Management ,12^η έκδοση,Κλειδάριθμος.
- Harvey, M.(2005).Διαχείριση Έργων ,Κλειδάριθμος.
- Muncy,J.(2017). Η ώρα της επιτυχίας.Νέες αποτελεσματικές τεχνικές διαχείρισης χρόνου.
- Pease A. & Pease B.(2006). Το απόλυτο βιβλίο της γλώσσας του σώματος. Εκδόσεις ΕΣΟΠΤΡΟΝ.
- Αυλωνίτης Γ.Σταθακόπουλος Β.(2008) Αποτελεσματική οργάνωση και διοίκηση των πωλήσεων, Εκδόσεις Σταμούλη.
- Δημόσιες Σχέσεις: Η λειτουργία της επικοινωνίας στους σύγχρονους οργανισμούς. Εκδόσεις Μπένου Ε.,Αθήνα 2014.

Διαδικτυακές Αναφορές

www.top.host/learningcenter/τι-είναι-to-e-commerce/

www.underwriter.gr

www.prosperity.cpm.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΩΝ

Ο παρακάτω πίνακας περιέχει το ιστορικό αναθεωρήσεων του παρόντος Syllabus.

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΣΧΟΛΙΑ
11/7/2022	κωδικοποίηση εγγράφου, διορθώσεις στο κεφ. 1.1 & σύνολο του εγγράφου