

“VELLUM HORIZONTAL SKILLS”

ΠΩΛΗΤΗΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

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 “ ΠΩΛΗΤΗΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ”	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.....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΩΝ.....	10

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Πιστοποίηση στο Αντικείμενο “ ΠΩΛΗΤΗΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ”

Η πώληση έχει ως κύριο σκοπό την κάλυψη μιας ανάγκης ή μιας επιθυμίας του καταναλωτή. Ο τελευταίος αποδέκτης του προϊόντος πριν αυτό φτάσει στον τελικό καταναλωτή είναι ο λιανοπωλητής. Ως Πωλητής Λιανικής λοιπόν ορίζεται ο υπάλληλος εμπορικού καταστήματος λιανικού εμπορίου, ο οποίος ασχολείται με την πώληση των προϊόντων και την εξυπηρέτηση των πελατών, με σκοπό τη διατήρηση των υφισταμένων πελατών και τη δημιουργία νέων. Σκοπός του πωλητή λιανικής είναι η πώληση, η πληροφόρηση και η επεξήγηση του προς πώληση προϊόντος στον καταναλωτή.

Ο πωλητής λιανικής ασχολείται με την ολοκλήρωση της εμπορικής δραστηριότητας και στη σύγχρονη ανταγωνιστική αγορά η πώληση στο λιανικό κατάστημα σημαίνει πρωτίστως ορθή και ποιοτική εξυπηρέτηση του πελάτη. Γίνεται λοιπόν κατανοητό γιατί οι πωλητές λιανικής, παίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο στην επιβίωση και στην ευημερία της επιχείρησης στην οποίαν εργάζονται. Δεδομένης της συνεχούς μεταβαλλόμενης αγοράς και των απαιτήσεων της, η ανάγκη ύπαρξης μιας τέτοιου είδους πιστοποίησης που επικαιροποιεί και πιστοποιεί τη γνώση των στελεχών πωλήσεων λιανικού εμπορίου είναι διαρκώς αυξανόμενη.

Στόχος είναι η εξέταση των υποψηφίων σε βασικές αρχές, γνώσεις, που πρέπει να διαθέτει ο πωλητής λιανικού εμπορίου για να δύναται να εξυπηρετεί και πληροφορεί τους νέους πελάτες, να διατηρεί το υπάρχον πελατολόγιο, να υποστηρίζει οργανωτικές λειτουργίες του εμπορικού καταστήματος, αλλά και να φροντίζει τη σωστή λειτουργία του χώρου και της αποθήκης του καταστήματος.

Η πιστοποίηση του «Πωλητή Λιανικού Εμπορίου», αφορά όλους τους εργαζόμενους στον κλάδο του λιανικού εμπορίου, αλλά και σε όσους επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στον κλάδο αυτό. Συγκεκριμένα η πιστοποίηση περιέχει τις εξής ενότητες:

- Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ
- Έρευνα Αγοράς και Διαχείριση Κινδύνου
- Πελάτες και Πελατειακές Σχέσεις
- Διοίκηση και Οργάνωση του Τμήματος Πωλήσεων
- Διαχείριση Παραγγελιών και Αποθεμάτων

Η εξεταστέα ύλη και οι εξετάσεις διατίθενται στα Ελληνικά.

Επίσημες 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 Πωλητή Λιανικού Εμπορίου.

Να διαπιστώσει τις γνώσεις μιας μεγάλης ομάδας ατόμων που ασχολούνται με τις Πωλήσεις του Λιανικού Εμπορίου, ή που επιθυμούν να διεκδικήσουν μία θέση εργασίας ως πωλητές λιανικού εμπορίου σε επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα.

2.2 Δομή του πιστοποιητικού

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

Ενότητα εφαρμογής	Κατάσταση	Διάρκεια
1.Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ	Βασική Ενότητα	45 λεπτά θεωρητική εξέταση
2. Έρευνα Αγοράς και Διαχείριση Κινδύνου	Βασική Ενότητα	
3.Πελάτες και Πελατειακές Σχέσεις	Βασική Ενότητα	
4.Διοίκηση και Οργάνωση του Τμήματος Πωλήσεων	Βασική Ενότητα	
5. Διαχείριση Παραγγελιών και Αποθεμάτων	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, δυσορθρογραφία και
- γ.6 παρουσιάζουν το φάσμα αυτισμού,

εξετάζονται με τη βοήθεια βοηθού/γραφέα. Ο βοηθός γραφέας διαβάζει 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 είναι η εξέταση των βασικών γνώσεων, που αφορούν στις βασικές αρχές, έννοιες και τα εργαλεία του μάρκετινγκ, καθώς και στις διαδικασίες εφαρμογής του σε διαφορετικές επιχειρήσεις και οργανισμούς. Επίσης, παρουσιάζεται η αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών και των βιομηχανικών πελατών.

Αντικείμενα Αξιολόγησης
1.1 Βασικές αρχές marketing
1.2 Το Μείγμα μάρκετινγκ
1.3 Αγοραστική συμπεριφορά καταναλωτών και βιομηχανικών πελατών

Ενότητα 2^η: ΈΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Σκοπός της παρούσας θεματικής ενότητας είναι η εξοικείωση των καταρτιζόμενων με τις κατηγορίες και τις διαδικασίες της έρευνας αγοράς. Πιο συγκεκριμένα, μέσω της ανάλυσης των βασικών ειδών έρευνας και των μεθόδων συλλογής των ερευνητικών δεδομένων οι υποψήφιοι εξετάζονται στον σχεδιασμό και διεκπεραίωση μιας έρευνας αγοράς. Τέλος, παρουσιάζεται η διαδικασία διαχείρισης κινδύνου, που αποτελεί ένα σημαντικό όπλο ώστε να αντιμετωπιστούν μεθοδικά πιθανοί κίνδυνοι που αντιμετωπίζει μια επιχείρηση.

Αντικείμενα αξιολόγησης
2.1 Έρευνα αγοράς
2.2 Τμηματοποίηση αγοράς, Στόχευση και Τοποθέτηση
2.3 Διαχείριση κινδύνου

Ενότητα 3^η: ΠΕΛΑΤΕΣ ΚΑΙ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Σκοπός αυτής της Θεματικής Ενότητας είναι η παρουσίαση της έννοιας του πελάτη και της δημιουργίας της αξίας του προϊόντος μέσω της εξασφάλισης της ποιότητας. Αναλύεται η σημαντικότητα της αποτελεσματικής εξυπηρέτησης πελατών και του στόχου της πιστότητας, όπως και οι βασικές τεχνικές επικοινωνίας.

Αντικείμενα αξιολόγησης

3.1 Η έννοια του πελάτη

3.2 Εξυπηρέτηση Πελατών

3.3 Ο ρόλος της επικοινωνίας και της διαπραγματευτικής ικανότητας στις πωλήσεις

Ενότητα 4^η: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Στη συγκεκριμένη θεματική ενότητα αναλύονται θέματα που αφορούν στις δραστηριότητες της Διοίκησης Πωλήσεων αλλά και στις μεθόδους οργάνωσης του Τμήματος Πωλήσεων. Επίσης παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά και τα καθήκοντα ενός αποτελεσματικού πωλητή και τις τεχνικές της προσωπικής πώλησης.

Αντικείμενα αξιολόγησης

4.1 Ο ρόλος και η Οργάνωση της Διοίκησης Πωλήσεων

4.2 Η Προσωπική Πώληση

Ενότητα 5^η: ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ

Σκοπός αυτής της θεματικής ενότητας είναι να παρουσιαστούν οι βασικές ημερήσιες διεργασίες μιας τυπικής αποθήκης, η διαδικασία παραλαβής των εμπορευμάτων και η ανάλυση των τρόπων αποτελεσματικής αποθήκευσής τους, καθώς και η ανάλυση του εξοπλισμού που απαιτείται για τη διαχείριση των εισροών.

Αντικείμενα Αξιολόγησης

5.1 Βασικές Εργασίες Αποθήκης

5.2 Εξοπλισμός Αποθηκευτικών Χώρων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Aaker, D.A.(1996), Building strong brands, N.Y. The FreePress
- Amstron G. and Kotler P(2009) Εισαγωγή στο μάρκετινγκ, Εκδόσεις Επίκεντρο.
- Aston, R(2012).Επιτυχημένη διαχείριση χρόνου σε μια εβδομάδα. Εκδόσεις Ανούβις.
- 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.
- Pease A. & Pease B.(2006). Το απόλυτο βιβλίο της γλώσσας του σώματος. Εκδόσεις ΕΣΟΠΤΡΟΝ.
- Αυλωνίτης Ι.Γεώργιος, Στρατηγικό Βιομηχανικό Μάρκετινγκ, Σταμούλη(1992).
- Αυλωνίτης Γ.Σταθακόπουλος Β.(2008) Αποτελεσματική οργάνωση και διοίκηση των πωλήσεων, Εκδόσεις Σταμούλη.
- Γούναρης,Σ.(2012), Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, Rosili
- Μπουραντάς Μ.(2002) Μάνατζμεντ, Θεωρητικό υπόβαθρο και σύγχρονες πρακτικές, Εκδόσεις Γ.Μπένου
- Τζωρτζάκης Κώστας και Τζωρτζάκη Αλεξία(2002), Αρχές Μάρκετινγκ.

Διαδικτυακές Αναφορές

www.ec.europa.eu

www.startupgreece.gov.gr

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

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