

Export Masters

8X8

Ολοκληρωμένη Εξειδίκευση
στις Εξαγωγές

Αναλυτικό Πρόγραμμα & Ομιλητές:

Έρευνα Ξένων αγορών και αξιολόγηση πληροφοριών

Μπάμπης Φιλαδαρλής MBA, DipM, MIEx.

Δ/νων Σύμβουλος της GlobalGreece. τ.Γ. Διευθυντής του ΣΕΒΕ. Σχεδιαστής και υπεύθυνος υλοποίησης του agora.mfa.gr και δημιουργός του «Οδικού Χάρτη Εξαγωγών» Είναι σύμβουλος εξαγωγικών επιχειρήσεων και έχει εκπαιδεύσει πάνω από 2000 στελέχη επιχειρήσεων σε θέματα εξαγωγικού marketing, έρευνας ξένων αγορών και εξαγωγικής στρατηγικής στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό. Έχει συγγράψει τον "Τζακ η φασολιά και οι... εξαγωγές" και πολλά εκπαιδευτικά βοηθήματα για νέους εξαγωγείς και για επιχειρηματικούς φορείς.

ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

- Πως θα ξεκινήσω τις Εξαγωγές;
- Είμαι έτοιμος; Έχω τα απολύτως απαραίτητα;
- Πως θα επιλέξω την Καλύτερη Αγορά
- Πως θα επιλέξω πως θα μπω στην Αγορά αυτή
- Ποιοί αγοράζουν και διανέμουν προϊόντα σαν τα δικά μου εκεί?
- Γιατί να επιλέξουν τα δικά μου προϊόντα?
- Απαιτούμενες Προσαρμογές στις τοπικές ιδιαιτερότητες
- Συμμόρφωση προς τις Απαιτήσεις του πελάτη

Εργαλεία Έρευνας & Ανάπτυξης

- Αξιολόγηση και αξιοποίηση εμπορικών πληροφοριών
- Σύνδεση της έρευνας με την στρατηγική και τις τακτικές μάρκετινγκ
- Συμβουλές για οικονομική έρευνα ξένης αγοράς.
- Κατάλογοι Εμπορικών επαφών,
- Επιχειρηματικές Ευκαιρίες
- Τι πληροφορίες χρειαζόμαστε
- Πού θα τις βρούμε - Πηγές πληροφοριών
- Ανάλυση ανταγωνισμού και καταναλωτικής συμπεριφοράς
- Ανεύρεση & Επιλογή Τοπικών Εταίρων & Αγοραστών

Πλαίσιο Εξαγωγικού Σχεδιασμού

- Διαστάσεις Εξαγωγικής Στοχοθέτησης

- Τι θέλουμε να πετύχουμε? Μπορούμε? Τι χρειαζόμαστε?
- Σε ποιές αγορές, με ποιά προϊόντα σε τι τιμές?
- Πως θα μας μάθουν, γιατί να μας επιλέξουν?
- Πως θα αναπτύξουμε τις εξαγωγές μας σταδιακά?
- Σχεδιασμός & υλοποίηση πλάνου Εξαγωγικού Marketing
- Τι μπορούμε να μάθουμε από τους ανταγωνιστές και από τις αποτυχίες μας?
- Πως βελτιώνουμε τις εξαγωγικές αδυναμίες μας

Branding, διαφοροποίηση και digital marketing

Σάββας Τσαλουχίδης

Επιχειρηματικός Σύμβουλος Στρατηγικής με ειδίκευση στην συμβουλευτική Ιδιωτικών, Δημόσιων Οργανισμών καθώς και Δημόσιων Προσώπων. Ιδιοκτήτης της εταιρίας marketing & branding: Brandme Business Consulting.

Με περισσότερες από 20.000 ώρες συμβουλευτικής και 5.000 ώρες εκπαίδευσης έχει διατελέσει εισηγητής σε Μεταπτυχιακά Προγράμματα Πανεπιστημίων και προγράμματα σπουδών Ιδιωτικών Σχολών, Φορέων Κατάρτισης σε θέματα Επιχειρησιακής Στρατηγικής και Marketing.

Έχει στο ενεργητικό του πληθώρα παρουσιάσεων σε ημερίδες, συνέδρια Marketing, Management και ειδικό επιστημονικό έργο.

Μέλος του EKDDA (National Centre for Public Administration and Local Government of Greece). Επί σειρά ετών υπήρξε Επιθεωρητής Ποιότητας (Certificated Auditors) εγκεκριμένος από IRCA & IATCA σε Ιδιωτικό και Δημόσιο τομέα.

ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

- Περιβάλλον αγοράς
- Τι είναι brand(ing)
- Αναγκαιότητα ή απλά μια ξεπερασμένη μόδα
- Γιατί πολλές φορές οι εφαρμογές του branding οδηγούν σε ολέθρια σφάλματα
- Ποιες οι αξίες, το όραμα και οι στόχοι της επιχείρησης σου
- Ποιο είναι το τμήμα αγοράς στόχευσης για μια επιχείρηση
- Ποιο είναι το στοιχείο διαφοροποίησης
- Χωροθέτηση
- Στρατηγική Branding
- Η έννοια του Digital Marketing
- Content Marketing (φαινόμενο πορτοκαλιού χιονιού)
- Η εφαρμογή καναλιών μίγματος Digital Marketing
- Αποτελέσματα, Μετρήσεις μέσω Κοινωνικής Δικτύωσης

Ανάπτυξη εξαγωγικών πωλήσεων & Διαπραγματεύσεις με ξένους αγοραστές Αλέξανδρος Μπερτσιμάς MBA, Bsc.

Εισηγητής σεμιναρίων πωλήσεων-διαπραγματεύσεων-Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ με 20ετή διδακτική και διευθυντική εμπειρία. Είναι καθηγητής Μάρκετινγκ Πωλήσεων Ευρωπαϊκών και Αμερικάνικων Πανεπιστημίων στην Ελλάδα. Έχει διατελέσει Εμπορικός Διευθυντής, Δ/ντής Μάρκετινγκ και πωλήσεων μεγάλων Ελληνικών και Πολυεθνικών εταιρειών. Έχει σπουδάσει οικονομικά-πωλήσεις-Μάρκετινγκ στην Αμερική.

ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

Το περιβάλλον της διεθνούς πώλησης

Ο ρόλος των ανθρώπων - πωλητών στην διεθνή πώληση

- Λεκτική και μη λεκτική επικοινωνία, την γλώσσα του σώματος που θα τους φέρει σε επαφή με τον ξένο πελάτη.
- Ενεργητική ακοή και κατανόηση των μηνυμάτων του πελάτη.
- Πως αποκωδικοποιώ τα μηνύματα του πελάτη?
- Τι θέλει ο πελάτης και πως θα το κατανοήσω,
- Η πραγματική αξία ο ρόλος της επικοινωνίας στην πώληση

Προετοιμασία

- Από το ταξίδι, το ραντεβού έως τα δείγματα και δώρα.
- Πως σχεδιάζω το ταξίδι, τι αποφάσεις θα πρέπει να πάρω και πως επιλέγω τον χρόνο
- Γιατί πρέπει να ορίζω ατζέντα συνάντησης,
- Τι σημαίνει προετοιμασία και σε τι θα προετοιμάσω?
- Πως επιλέγω αντιπρόσωπο ή διανομέα
- Κριτήρια επιλογής τα οποία και θα τηρήσετε.

Προσέγγιση και ανίχνευση

- Ο πρώτος χαιρετισμός, και ο τρόπος έναρξης της συζήτησης είναι βασικά στοιχεία. Πως να χρησιμοποιήσετε μια σειρά από ποικίλα ερωτήματα, άμεσα η έμμεσα, για να ανακαλύψετε τις ανάγκες του πιθανού σας αγοραστή.
- Η πώληση στηρίζεται στην εμπιστοσύνη.
- Κουλτούρα και συμπεριφορά

Αρχή επαφής και δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης.

Επιχειρηματολογία και οι τεχνικές των ερωτήσεων. Πως ρωτάμε και τι ρωτάμε.

- Ο πελάτης που εξάγω και τα χαρακτηριστικά του
- Τύποι πελατών
- Χαρακτηριστικά, Πλεονεκτήματα - Οφέλη, Καθαρά κέρδη
- Μετατροπή των χαρακτηριστικών και πλεονεκτημάτων σε απτά οφέλη.
- Τα προβλήματα είναι καλυμμένες ευκαιρίες.

Διαπραγμάτευση

- Γιατί κάποιοι από εμάς έχουν μεγαλύτερη επιτυχία στη διαπραγμάτευση από άλλους;
- Χαρακτηριστικά επιτυχημένες διαπραγμάτευσης
- Τύποι και είδη διαπραγμάτευσης
- Χρόνος, δεξιότητες και διεθνείς διαπραγματεύσεις

Συμβάσεις πώλησης και Όροι παράδοσης

Γιώργος Ζερίτης BA, MBA

Οικονομολόγος, πτυχιούχος ΕΚΠΑ, με μετεκπαίδευση στο Strathclyde Business School της Γλασκώβης – MBA in Corporate Strategy & Finance - και στο Cambridge Judge Business School – Deploying Strategy for Value Creation & Competitive Superiority, Strategic Performance Management, Organisational Innovation, Corporate Investment.

Διαθέτει πολυετή επαγγελματική προϋπηρεσία στους τομείς Sales, Marketing και International Business Development σε περιβάλλοντα B2B, FMCG, B2C & EPC, έχοντας εκτεταμένη δραστηριότητα σε έναν ευρύ αριθμό διεθνών αγορών.

Συνεργάστηκε, με έδρα την Ελλάδα και το εξωτερικό, με διεθνοποιημένες Ελληνικές και πολυεθνικές επιχειρήσεις από τους τομείς της βιομηχανίας και του εμπορίου, αναλαμβάνοντας διοικητικούς ρόλους και υπευθυνότητες επίτευξης και διαχείρισης οικονομικών αποτελεσμάτων σε επίπεδο επιχειρηματικής μονάδας, χώρας και region.

ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

- Κατανοώντας την Φύση των Εξαγωγών
- Διαχείριση Σχέσεων & Ρίσκου
- Η διαδικασία της Διεθνούς Πώλησης
- Διαπραγμάτευση Τιμών & Τρόπων Πληρωμής
- Κρίσιμα σημεία για τη διασφάλιση του εξαγωγέα
- Διαπραγμάτευση Βασικών Όρων στη Διεθνή Σύμβαση Πώλησης
- Πως αξιοποιούνται τα ευρήματα της έρευνας στη διαμόρφωση των όρων συνεργασίας με τους Διεθνείς πελάτες
- Σύνταξη και περιεχόμενο αποτελεσματικών προσφορών - Κρίσιμα σημεία
- Οι βασικοί όροι που περιέχει μια Διεθνής Σύμβαση Πώλησης -Τα κρίσιμα σημεία για τον εξαγωγέα
- Διαπραγμάτευση όρων (Incoterms 2010) και χρόνων παράδοσης
- Πότε ο κίνδυνος Ζημίας ή Απώλειας αλλάζει χέρια;
- Ζητήματα Κυριότητας & Διαχείρισης Κινδύνων κατά τη Μεταφορά

Εξαγωγικές διαδικασίες & Διασφάλιση πληρωμών

Γεωργία Παραδείση MBA

Export Manager σε εξαγωγική εταιρία τροφίμων με εξαγωγές σε 50 αγορές. Κάτοχος MBA στο "Strategic Marketing Management" με ειδίκευση στο εξαγωγικό στρατηγικό marketing.

Έχει πολύχρονη και πλούσια εμπειρία στον τομέα των τροφίμων και των αγροτικών προϊόντων, στον χειρισμό των διεθνών πελατών και του διεθνούς οργανωμένου λιανεμπορίου

ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

- Η σημασία της έκδοσης σωστών φορτωτικών εγγράφων από τον Εξαγωγέα
- Ο ρόλος και η χρήση της Προφόρμας και του Τιμολογίου Εξαγωγής
- Ο ρόλος και η σημασία της Διεθνούς Φορτωτικής και του Ασφαλιστηρίου Συμβολαίου
- Πιστοποιητικό καταγωγής - Η σημασία της απόδειξης της καταγωγής για εξαγωγές προς τρίτες χώρες
- Μεταφορά & Ασφάλιση εμπορευμάτων - Πότε και που παραδίδονται;
- Κρίσιμα σημεία στα συμφωνητικά συνεργασίας με οργανωμένες αλυσίδες λιανεμπορίου – Όροι συμβάσεων για προϊόντα Private Label
- Τρόποι Πληρωμής στις Διεθνείς Συναλλαγές
- Κριτήρια Επιλογής τρόπου πληρωμής - Κίνδυνοι & Αντιμετώπισή τους
- Ανάλυση των διαφόρων τρόπων πληρωμής στις διεθνείς συναλλαγές
- Αξίες προς είσπραξη - Η έννοια της Αξίας (Collection). Είδη Εγγράφων
- Ο Ρόλος της Τραπεζικής Μεσολάβησης στις Διεθνείς Συναλλαγές
- Τραπεζική Εγγυητική - B/G. Ομοιότητες & Διαφορές με το L/C
- Το εργαλείο της Ανέκκλητης Πίστωσης (Letter of Credit)
- Bank Payment Obligation (BPO): ο νέος Τρόπος Πληρωμής στο Διεθνές Εμπόριο
- Εγγυήσεις - Σύγχρονοι τρόποι διασφάλισης των απαιτήσεων
- Ασφάλιση Εξαγωγικών Πιστώσεων - Καλυπτόμενοι Κίνδυνοι
- Το εργαλείο του Εξαγωγικού Factoring. Ασφάλιση & Ρευστότητα

Αποτελεσματική συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Μιχαήλ Ε. Ναλμπάντης

Ο Μιχαήλ Ε. Ναλμπάντης είναι επιχειρηματίας, συγγραφέας και ειδικός σύμβουλος στρατηγικής επιχειρήσεων και οργανισμών.

Είναι κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου στη Στρατηγική Διοίκηση Επιχειρήσεων και πιστοποιημένος στρατηγιστής. Εργάζεται ως υπεύθυνος εξαγωγών τα τελευταία είκοσι χρόνια ενώ έχει οργανώσει και υλοποιήσει πάνω από 100 συμμετοχές σε εμπορικές εκθέσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Το 2011 κυκλοφόρησε το πρώτο βιβλίο του «Συμμετέχοντας σε εμπορικές εκθέσεις» από τις εκδόσεις Αλτιντζή ενώ το 2013 κυκλοφόρησε το best seller βιβλίο του με τίτλο «Brand η στρατηγική» από τις εκδόσεις Φερενίκη.

Έχει στο βιογραφικό του σειρά εισηγήσεων, παρουσιάσεων και ομιλιών σε συνέδρια, σεμινάρια και ημερίδες αναφορικά με θέματα διοίκησης επιχειρήσεων, στρατηγικής και branding. Αρθρογραφεί σε τοπικές εφημερίδες και περιοδικά, σε έντυπη και ψηφιακή μορφή. Είναι συνιδιοκτήτης εταιρείας που δραστηριοποιείται στον κλάδο των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και ιδρυτής της Brand4cosmos ενώ διαθέτει πολύχρονη εμπειρία σε θέματα εξαγωγών, ανάπτυξης και διαπολιτισμικής επικοινωνίας.

ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

- Τι όφελος αποκομίζουν οι επιχειρήσεις από τις συμμετοχές σε εμπορικές εκθέσεις του εξωτερικού
- Πως επιλέγουμε την κατάλληλη και πιο αποδοτική εμπορική έκθεση
- Πως προϋπολογίζουμε σωστά το κόστος, αποφεύγοντας δυσάρεστες εκπλήξεις της τελευταίας στιγμής
- Η οργάνωση της συμμετοχής στο σύνολο της, σε πρακτικούς όρους
- Επιλογή και σχεδιασμός περιπτέρου
- Τα έντυπα και το προωθητικό υλικό που χρειαζόμαστε
- Το ανθρώπινο δυναμικό στη συμμετοχή μας και τι να προσέχουμε
- Οι τύποι των επισκεπτών του περιπτέρου μας και πως τους αντιμετωπίζουμε
- Οι παράλληλες εκδηλώσεις και προωθητικές ενέργειες
- Η δουλειά μετά την έκθεση. Τι χρειάζεται να κάνουμε για να μεγιστοποιήσουμε την αποδοτικότητα της συμμετοχής μας σε έκθεση του εξωτερικού
- Αποτίμηση συνολικού κόστους και συνολική αξιολόγηση της συμμετοχής

Χρηματοπιστωτικά και φορολογικά θέματα εξαγωγών

Νίκος Καλαμαράς (φοροτεχνικός)

Απόφοιτος της Α.Σ.Ο.Ε. Ειδικός στην φορολογία ακίνητης περιουσίας, καθώς και των φορολογιών κεφαλαίου μηχανοργάνωσης επιχειρήσεων, την αξιολόγηση επενδύσεων, την οργάνωση, τον έλεγχο και την εποπτεία λογιστηρίων επιχειρήσεων. Είναι ιδιοκτήτης και διευθυντής λογιστικού γραφείου από το έτος 1989 (Ανώνυμη Λογιστική Φοροτεχνική και Ελεγκτική Εταιρεία). Επίσης είναι πιστοποιημένος εκπαιδευτής ενηλίκων του Ε.Κ.Ε.ΠΙΣ, διδάσκει σε δημόσια Ι.Ε.Κ., είναι εισηγητής σεμιναρίων σε θέματα Φορολογίας και η διδακτική του εμπειρία ξεπερνά τις 2100 ώρες. Υπήρξε συνεργάτης της «Χαλυβουργία Θεσσαλίας Α.Ε.» και Εσωτερικός Ελεγκτής του κατασκευαστικού ομίλου ΓΕΚ – ΤΕΡΝΑ.

ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

- Πότε μια πώληση θεωρείται ενδοκοινοτική παράδοση και τι δηλωτικές υποχρεώσεις προκύπτουν. (Υποβολές δηλώσεων ΦΠΑ, Intrastat, πινάκων listing κλπ.)
- Πότε μια πώληση θεωρείται εξαγωγή και τι εγγραφές γίνονται στα βιβλία των επιχειρήσεων καθώς και πως εμφανίζεται η πώληση αυτή στη δήλωση του ΦΠΑ.
- Πωλήσεις μέσω διαδικτύου – e shop. Τι θα πρέπει να προσέξουν οι επιχειρήσεις όταν πωλούν αγαθά μέσω διαδικτύου (όρια εσόδων για την απόδοση του ΦΠΑ κλπ.)
- Πωλήσεις υπηρεσιών προς τρίτες χώρες. Πως αντιμετωπίζονται οι πωλήσεις αυτές προς ιδιώτες που βρίσκονται σε τρίτη χώρα, τι εγγραφές πρέπει να γίνονται στα βιβλία των επιχειρήσεων.
- Πλήρης αναφορά όλων των περιπτώσεων της παροχής υπηρεσιών μέσω διαδικτύου με παραδείγματα και εφαρμογές.
- Πωλήσεις υπηρεσιών προς επιχειρήσεις εγκατεστημένες σε τρίτες χώρες. Πως αντιμετωπίζονται τα θέματα του ΦΠΑ των πωλήσεων αυτών.
- Πωλήσεις υπηρεσιών προς ιδιώτες εγκατεστημένους στην Κοινότητα. Πως αντιμετωπίζονται τα θέματα του ΦΠΑ των πωλήσεων αυτών.
- Πωλήσεις υπηρεσιών προς επιχειρήσεις εγκατεστημένες στην Κοινότητα – (B2B) – Δηλωτικές Υποχρεώσεις (Ανακεφαλαιωτικοί πίνακες, έντυπα ΦΠΑ κλπ.).
- Εξαγωγικές επιχειρήσεις, διαδικασία της επιστροφής του ΦΠΑ (πλήρης ανάλυση).
- Πως διενεργούνται οι Φορολογικοί Έλεγχοι στις εξαγωγικές επιχειρήσεις. Τι διασταυρώσεις γίνονται.