



E-LEARNING

Επίπεδο 3



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Περιοχή εργασίας 2: Επικοινωνία και Μάρκετινγκ

3.3 Οικοδόμηση και βελτίωση των σχέσεων: Μέρος Β

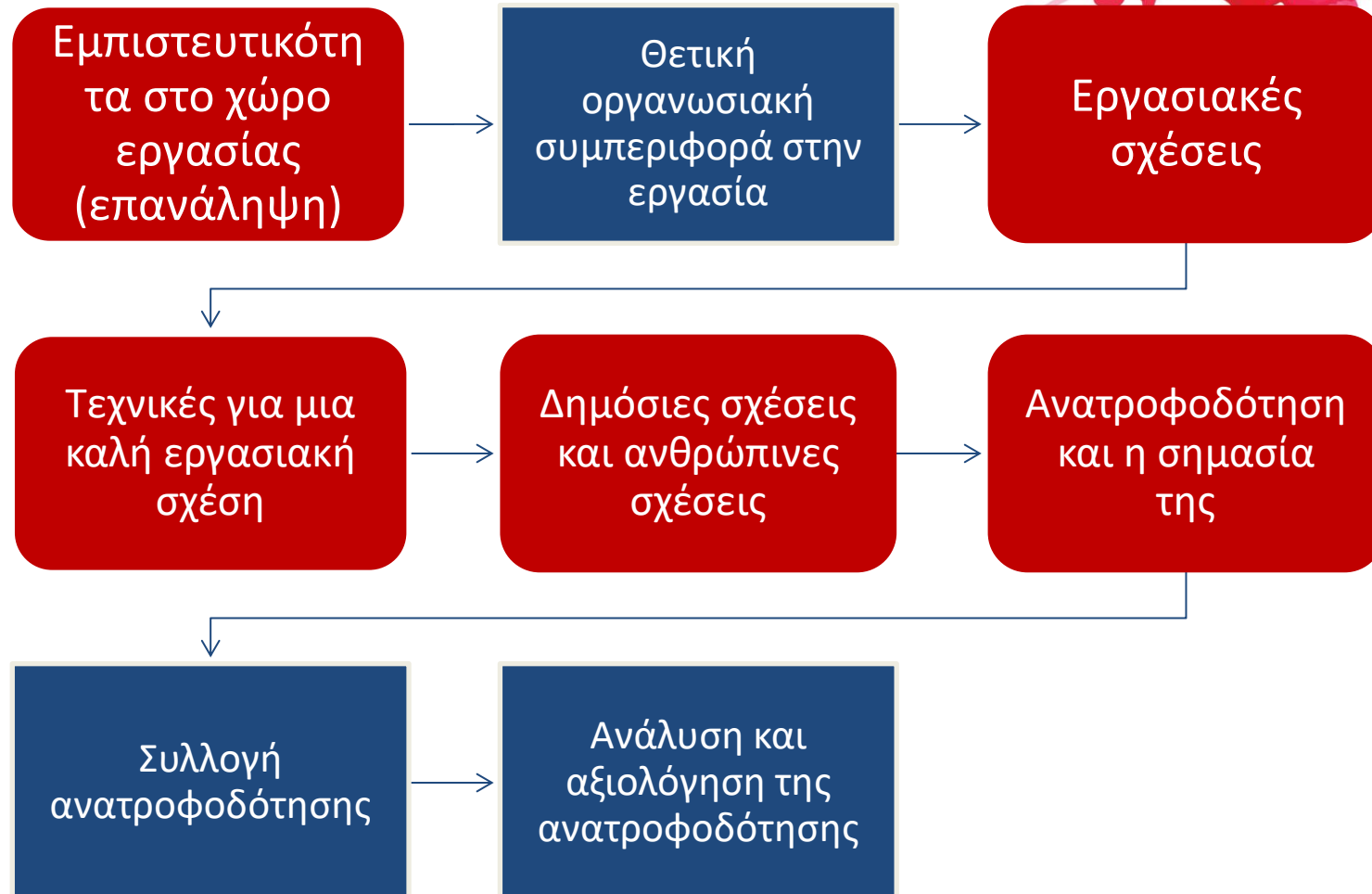
MA3.10 Επίδειξη ικανότητας οικοδόμησης θετικών εργασιακών σχέσεων με πελάτες, προμηθευτές και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, καθώς και εντός του οργανισμού, χρησιμοποιώντας τις βασικές αρχές των καλών εργασιακών σχέσεων.

MA3.11 Ανάλυση και αξιολόγηση των ανατροφοδοτήσεων από πελάτες, προμηθευτές και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, καθώς και από τους εργαζόμενους του οργανισμού.

MA3.12 Αξιολόγηση των βασικών αρχών καλών εργασιακών σχέσεων που συμφωνήθηκαν και εφαρμόζονται εντός του οργανισμού και σύσταση βελτιώσεων που θα βελτιώσουν την αλληλεπίδραση μεταξύ του οργανισμού και του εξωτερικού του περιβάλλοντος.



Χάρτης πορείας

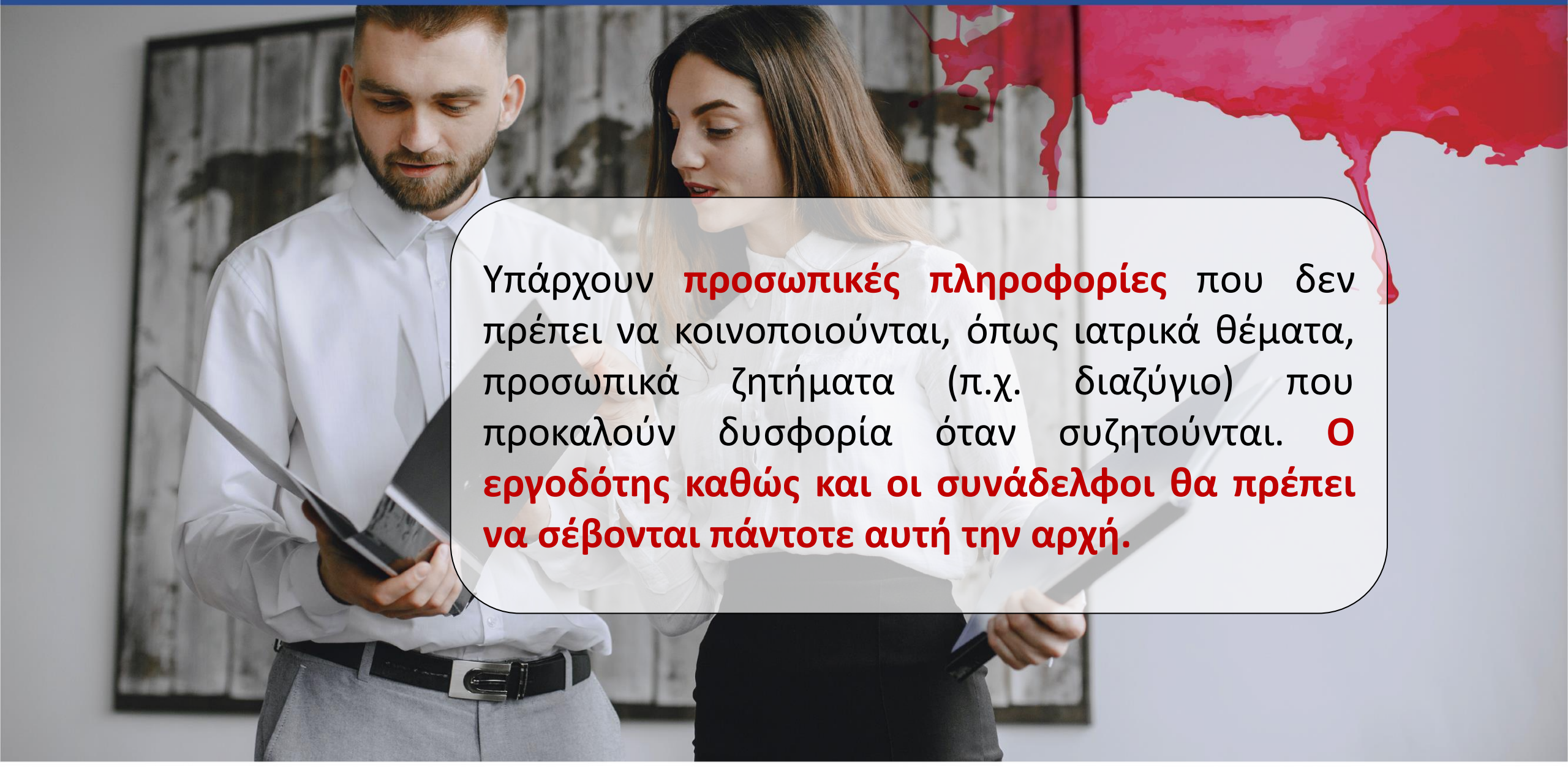


Ορισμός

Διατήρηση ιδιωτικών πληροφοριών για τους πελάτες και τις επιχειρήσεις
Αντιμέτωπιση όλων των πληροφοριών που συναντάτε ως εμπιστευτικές
Ό,τι βλέπετε και ακούτε στο χώρο εργασίας παραμένει στη δουλειά. Καμία πληροφορία δεν
μπορεί να ειπωθεί σε κανέναν εκτός του χώρου εργασίας
Πρόσβαση σε αρχεία μόνο αν σας δοθεί άδεια. Κανένα εμπιστευτικό υλικό ή αρχείο δεν
μπορεί να εγκαταλείψει μια επιχείρηση.
Να μην συζητάτε τις επαγγελματικές συναλλαγές εκτός του χώρου εργασίας.

**Μπορεί να ληφθούν νομικά μέτρα κατά προσώπου ή οργανισμού που αποκαλύπτει
πληροφορίες πελατών και επιχειρήσεων.**

Η σημασία της εμπιστευτικότητας



Υπάρχουν **προσωπικές πληροφορίες** που δεν πρέπει να κοινοποιούνται, όπως ιατρικά θέματα, προσωπικά ζητήματα (π.χ. διαζύγιο) που προκαλούν δυσφορία όταν συζητούνται. **Ο εργοδότης καθώς και οι συνάδελφοι θα πρέπει να σέβονται πάντοτε αυτή την αρχή.**



Ο προσωπικός βοηθός θα συναντήσει συχνά εμπιστευτικές πληροφορίες που σχετίζονται

- με τους υπόλοιπους υπαλλήλους
- με τον ίδιο τον διευθυντή

Για να είστε σίγουροι

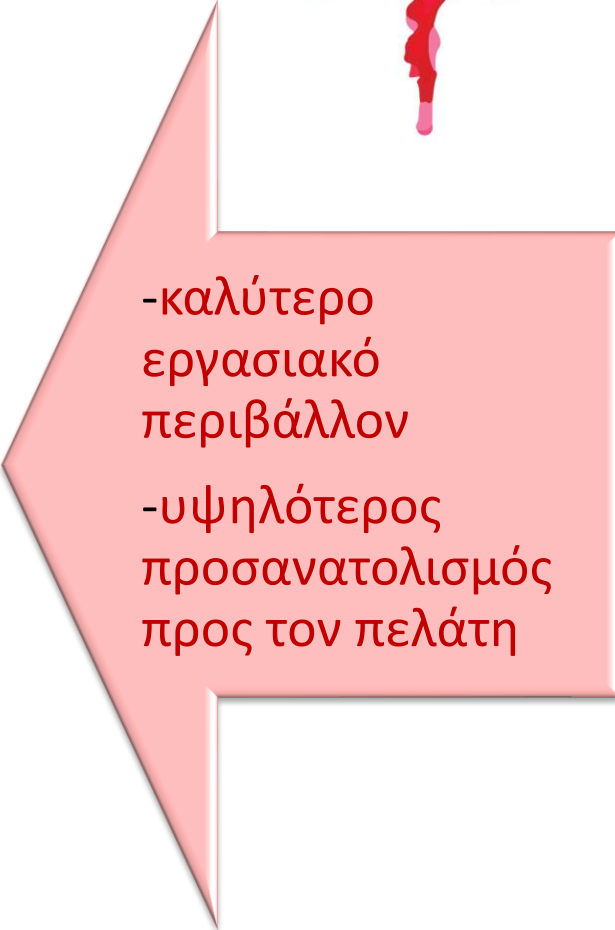
- Δεν θα πρέπει ΠΟΤΕ να αποκαλύπτετε οποιαδήποτε πληροφορία σε κανέναν, εκτός αν είναι απολύτως απαραίτητη για τη δική σας εργασία ή τη δική τους εργασία.
- Εάν δεν είστε σίγουροι, απλά ρωτήστε!

- Η οικοδόμηση θετικών σχέσεων στον χώρο εργασίας είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία της σταδιοδρομίας.
- Οι σχέσεις μπορούν να επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά την ικανοποίησή σας από τη δουλειά, την ικανότητά σας να εξελιχθείτε και να κερδίσετε αναγνώριση για τα επιτεύγματά σας.
 - Όταν χτίζετε θετικές σχέσεις, αισθάνεστε πιο άνετα με τις αλληλεπιδράσεις σας και λιγότερο εκφοβισμένοι από τους άλλους. Νιώθετε στενότερο δεσμό με τους ανθρώπους με τους οποίους περνάτε το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου εργασίας σας.

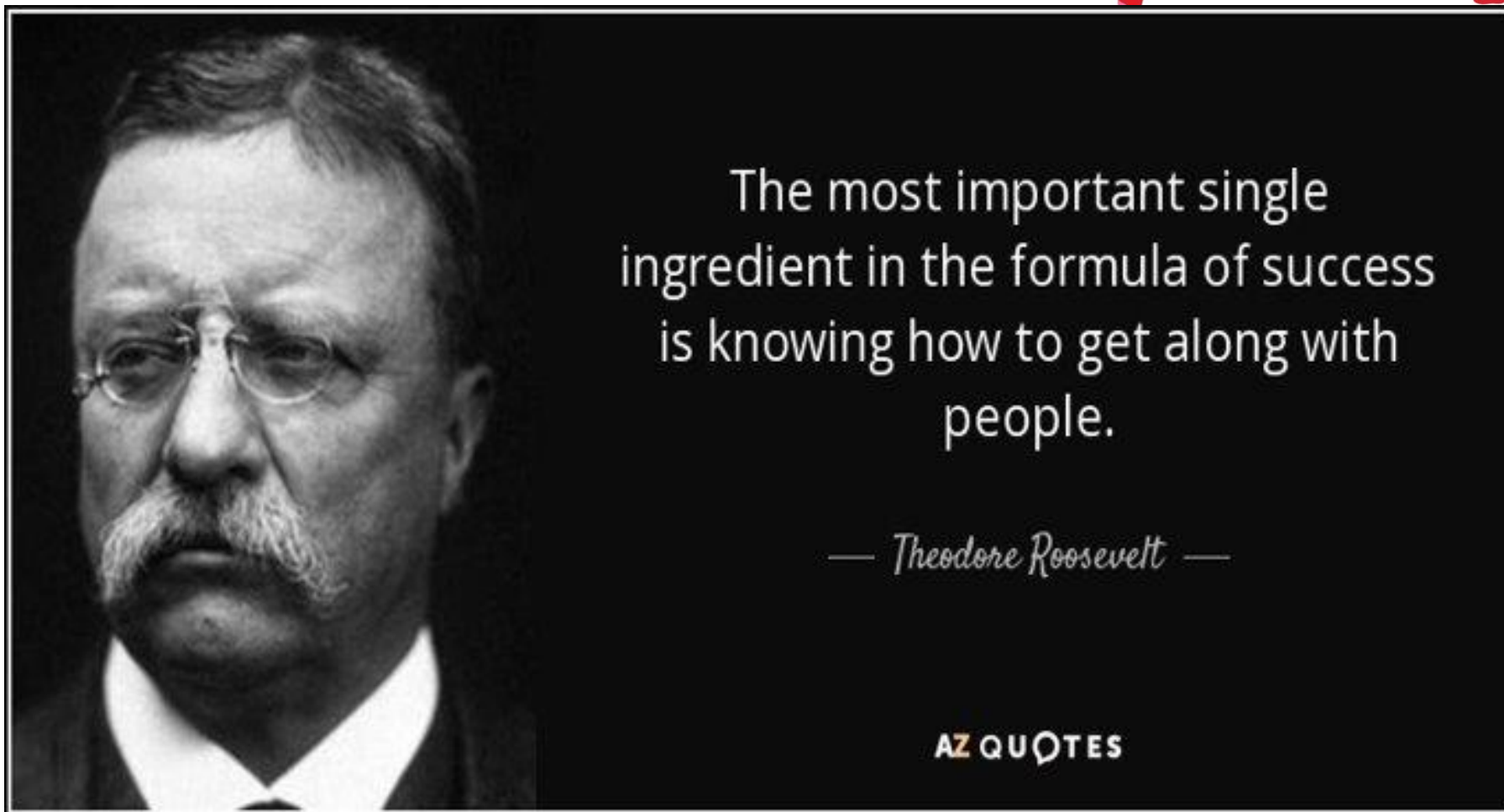




**Καλή
συμπεριφορά**



- καλύτερο
εργασιακό
περιβάλλον
- υψηλότερος
προσανατολισμός
προς τον πελάτη



Τι είναι η εργασιακή σχέση;

Μια σχέση με:

- Συναδέλφους
- Διευθυντές
- Εργαζόμενους
- Πελάτες/πελάτες
- Προμηθευτές



Οι σχέσεις με συναδέλφους - η σημασία τους

Κάνουν τη δουλειά μας πιο ευχάριστη και παραγωγική.

Η παρουσία ενός καλύτερου φίλου στη δουλειά συνδέεται στενά με την ικανοποίηση από την εργασία. Χωρίς έναν φίλο στη δουλειά, η ικανοποίηση από την εργασία επιδεινώνεται (οργανισμός Gallup)



Δημιουργούμε συνδέσεις και
δίκτυα

Αυτά μπορούν να
χρησιμεύσουν ως συστάσεις ή
επαφές στο μέλλον

Οι σχέσεις με συναδέλφους - η σημασία τους



Οι άνθρωποι είναι κοινωνικά πλάσματα

Χρειάζονται φίλους και κοινωνικοποίηση

- Η σημασία αυτών των σχέσεων είναι προφανής
- Οι πελάτες είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες επιτυχίας ενός οργανισμού.
- Η ύπαρξή του βασίζεται στους πελάτες.



Οι σχέσεις με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη - η σημασία τους

Επιτυγχάνοντας θετικές σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη, αποκτάτε πολύτιμους συμμάχους για τον οργανισμό σας.



Συζήτηση στο φόρουμ του Moodle

Έχετε εργαστεί ποτέ σε έναν οργανισμό που χαρακτηρίζεται από κακές σχέσεις; Πώς αυτό επηρέασε την απόδοσή σας στην εργασία σας;



ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ

Το θεμέλιο κάθε καλής σχέσης χτίστε την λέγοντας την αλήθεια, ακόμη και όταν είναι δύσκολο στις συναλλαγές σας τόσο με τους πελάτες όσο και με τους συναδέλφους σας.



ΑΜΟΙΒΑΙΟΣ ΣΕΒΑΣΜΟΣ

- Να εκτιμάτε τις ιδέες και τα σχόλια των άλλων
- Όταν φέρεστε στους ανθρώπους με σεβασμό, θα σας φέρονται και αυτοί με σεβασμό



Mind Full, or Mindful?



ΕΝΣΥΝΕΙΔΗΤΟΤΗΤΑ (MINDFULNESS)

- Αναλάβετε την ευθύνη για τα λόγια και τις πράξεις σας.
- Να είστε προσεκτικοί και να προσέχετε τι λέτε
- Μην αφήνετε τα δικά σας αρνητικά συναισθήματα να επηρεάζουν τους ανθρώπους γύρω σας.

ΑΠΟΔΟΧΗ ΤΗΣ ΠΟΙΚΙΛΟΜΟΡΦΙΑΣ

Οι άνθρωποι με καλές σχέσεις όχι μόνο αποδέχονται τους διαφορετικούς ανθρώπους και τις διαφορετικές απόψεις, αλλά τις καλωσορίζουν.

ΑΝΟΙΚΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Όσο καλύτερα και πιο αποτελεσματικά επικοινωνείτε με τους γύρω σας, τόσο πιο πλούσιες θα είναι οι σχέσεις σας. Ανοιχτή, ειλικρινής επικοινωνία.



Όταν χτίζετε μια σχέση, σεβαστείτε:

- Πολιτισμικές διαφορές
- Ηλικία
- Φύλο
- Θρησκεία
- Σεξουαλικό προσανατολισμό
- κ.λπ.



Αντιμετώπιση των ανθρώπων ανάλογα με τις ανάγκες τους

Διαφορετικοί άνθρωποι έχουν διαφορετικές ανάγκες

π.χ.

Ηλικία (θέσεις καθισμάτων στο μετρό)

Θρησκεία, νηστεία, γιορτές & προσευχή

Αναπηρία (σκεφτείτε έναν εργαζόμενο με αναπηρικό αμαξίδιο που προσπαθεί να φτάσει σε ένα ψηλό ράφι)

Ο ΣΕΒΑΣΜΟΣ
ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΚΛΕΙΔΙ



Μεθοδολογικό Εργαλείο Ι



e-EUPA_MA_3.10_M_001

Σενάριο εργασίας με συναδέλφους

- Διαφήμιση
- Εταιρική φιλανθρωπία
- Εταιρική χορηγία
- Εξωτερικές επικοινωνίες
- Εσωτερικές επικοινωνίες
- Lobbying
- Προώθηση
- Δημοσιότητα
- Έρευνα Δημοσίων Σχέσεων - μπορεί να είναι επίσημη ή ανεπίσημη, πρωτογενής ή δευτερογενής, ποιοτική ή ποσοτική, κ.λπ.
- Διαχείριση ειδικών εκδηλώσεων

- "Η διαχείριση των σχέσεων αποτελεί θεμελιώδη στόχο των Δημοσίων Σχέσεων-στην πραγματικότητα, είναι αναμφισβήτητα ο γενικός σκοπός ή στόχος των Δημοσίων Σχέσεων" (Οκωυχικω 2014).
- Μαζική επικοινωνία μέσω διαφόρων καναλιών

Η επικοινωνία πρέπει να απευθύνεται στους σωστούς ανθρώπους με το σωστό μήνυμα



Ο επαγγελματίας των δημοσίων σχέσεων βρίσκεται στον σωστό δρόμο προς την επιτυχή διαχείριση των σχέσεων.

Η επικοινωνία πρέπει να χρησιμοποιεί το σωστό μέσο

ΕΣΩΤΕΡΙΚΑ:

- εγκύκλιοι
- περιοδικά του οργανισμού
- συνεδριάσεις και ενημερώσεις
- Ανακοινώσεις
- εκδηλώσεις



Η επικοινωνία πρέπει να χρησιμοποιεί το σωστό μέσο

ΕΞΩΤΕΡΙΚΑ:

- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Εφημερίδες
- Κοινοτική τηλεόραση και ραδιόφωνο
- Επιστολές
- Τηλεφωνικές κλήσεις
- Επισκέψεις ευγένειας
- Εκδηλώσεις

Η επικοινωνία πρέπει να είναι αμφίδρομη

- με τα νέα μέσα ενημέρωσης, οι οργανισμοί μπορούν να διεξάγουν καλύτερα την επικοινωνία τους με το κοινό τους με διαδραστικό τρόπο, έτσι ώστε το κοινό να τους ακούει και να τους καταλαβαίνει, και αυτοί με τη σειρά τους να ακούν και να καταλαβαίνουν το κοινό. Αυτό είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχή διαχείριση των σχέσεων (Okwuchukwu 2014).



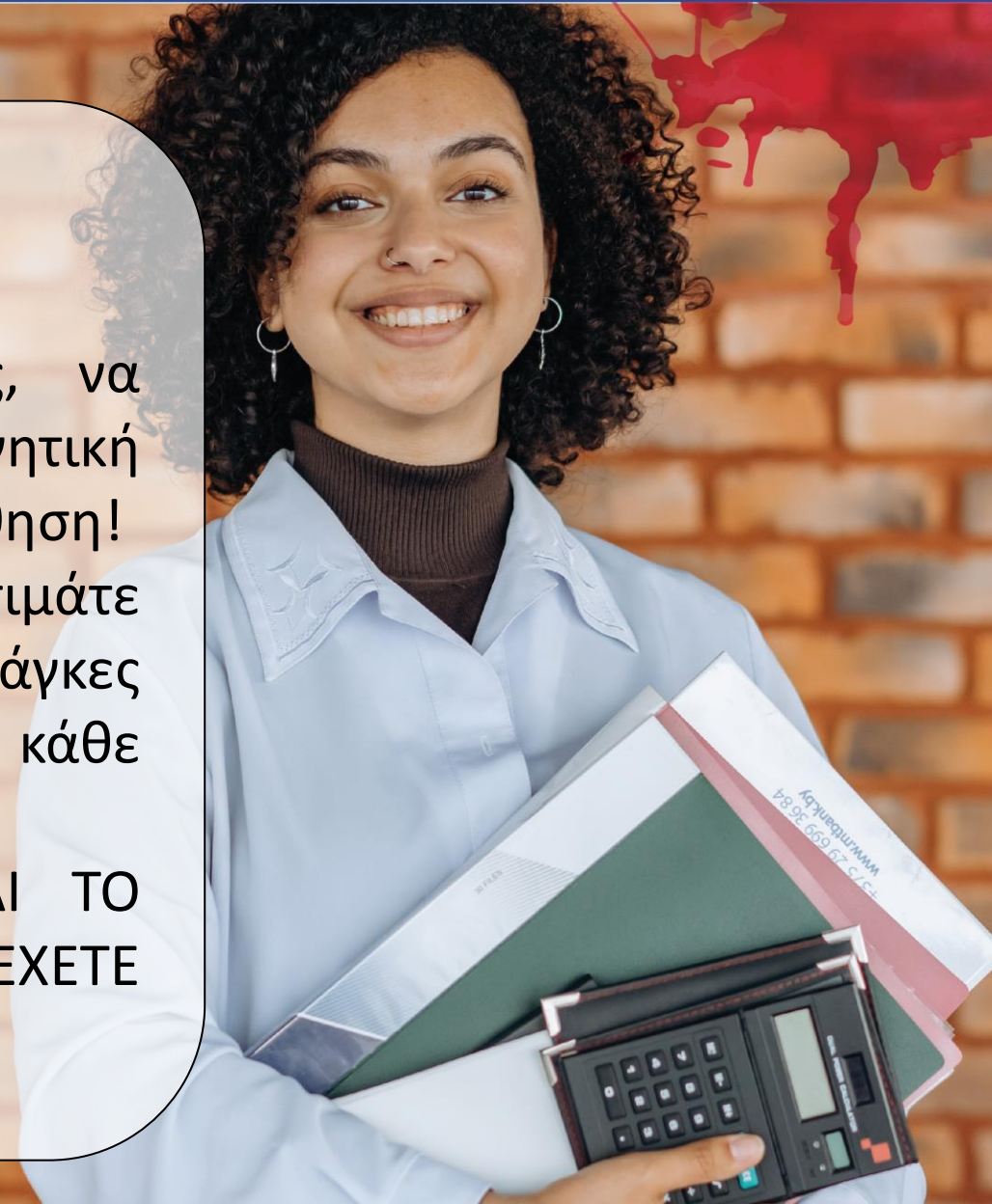


Η επικοινωνία πρέπει να είναι ηθική

Ο ειδικός δημοσίων σχέσεων, αν πρέπει να διαχειριστεί με επιτυχία τη σχέση, θα πρέπει να επικοινωνεί ηθικά σε όλες τις περιπτώσεις.

Να θυμάστε πάντα:

- Όταν χτίζετε σχέσεις, να ασκείτε πάντα ενεργητική ακρόαση και ενσυναίσθηση!
- Να σέβεστε και να εκτιμάτε τις διαφορετικές ανάγκες κάθε συνομιλητή σε κάθε σχέση
- Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΚΛΕΙΔΙ -ΘΥΜΗΘΕΙΤΕ ΤΙ ΕΧΕΤΕ ΜΑΘΕΙ!!!



"[...] οι **χρήσιμες πληροφορίες** ή η κριτική σχετικά με προηγούμενες **ενέργειες** ή **συμπεριφορές** από ένα άτομο, που **κοινοποιούνται** σε ένα άλλο άτομο (ή μια ομάδα), το οποίο μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτές τις πληροφορίες για να **προσαρμόσει** και να **βελτιώσει** τις τρέχουσες και μελλοντικές ενέργειες και συμπεριφορές"

(<https://www.snapsurveys.com/blog/5-reasons-feedback-important/>)



- Μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση των προϊόντων ή των υπηρεσιών μας
 - Με τα σχόλια των πελατών, θετικά ή αρνητικά, μπορούμε να εντοπίσουμε τα δυνατά σημεία και τις ελλείψεις του προϊόντος/υπηρεσίας μας
- Μας βοηθά να μετρήσουμε την ικανοποίηση των πελατών
- Μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη μιας καλύτερης εμπειρίας πελατών
 - Μέσω αλλαγών στο προϊόν/την υπηρεσία μας που υπαγορεύονται από τα σχόλια που λαμβάνουμε

Η σημασία της ανατροφοδότησης



Βοηθά στη διατήρηση των πελατών μας να επιστρέφουν

Λαμβάνοντας υπόψη τις απόψεις τους και κάνοντας τους εαυτούς μας όλο και καλύτερους

Η σημασία της ανατροφοδότησης

Αποκτούμε πραγματικά δεδομένα για να αναλύσουμε και να λάβουμε τις κατάλληλες αποφάσεις

Αποκτούμε πρόσβαση σε δεδομένα, τα οποία μπορούν να αναλυθούν κατάλληλα και να μας δώσουν ανεκτίμητες πληροφορίες, σχετικά με τη μέση ικανοποίηση των πελατών, συσχετισμούς με το φύλο, την ηλικία κ.λπ.

Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον εντοπισμό υποστηρικτών πελατών

Αυτοί που μας δίνουν τις υψηλότερες βαθμολογίες, αν επικοινωνήσουμε μαζί τους και τους παρέχουμε κίνητρα, μπορούν να γίνουν ο φθηνότερος και ένας από τους πιο αποτελεσματικούς τύπους διαφήμισης των προϊόντων μας



Satisfied Customers Tell Three Friends,

Angry Customers Tell 3,000

Συλλογή ανατροφοδότησης από εσωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη

Email & Συνομιλία

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ:

- Βολική η χρήση τους εσωτερικά.
- Μπορεί να δοθεί ανατροφοδότηση οποιαδήποτε στιγμή.
- Μπορείτε να αναζητήσετε την ανατροφοδότηση αργότερα.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ:

Η συνομιλία και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μπορεί να αποσπάσουν την προσοχή.

Δεν συγκεντρώνουν δεδομένα ή δεν παρέχουν αναλυτικά στοιχεία.

Απαιτούν επιπλέον χειρωνακτική εργασία για την εξαγωγή της ανατροφοδότησης.

Συλλογή ανατροφοδότησης από εσωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη

Συναντήσεις

Ανά δίμηνο ή μηνιαίες συναντήσεις ανατροφοδότησης

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.

- Ευκαιρία να παρέχετε ενημερώσεις για το προϊόν/να μοιραστείτε τι είναι το επόμενο βήμα στο χάρτη πορείας σας.
- Σας επιτρέπει να κάνετε ερωτήσεις παρακολούθησης.
- Μπορείτε να αποσαφηνίσετε τα σχόλια με όσους τα έχουν μοιραστεί.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.

- Η ταυτόχρονη παρουσία όλων στην αίθουσα μπορεί να είναι δύσκολη και άβολη.
- Μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση εάν πρέπει να κρατήσουν τα σχόλια για ένα μήνα πριν τα μεταβιβάσουν.

Αναφορές ανατροφοδότησης

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ:

- Περιέχει τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά δεδομένα.
- Είναι ένας πόρος στον οποίο μπορείτε να επιστρέψετε για πληροφορίες όταν τις χρειάζεστε.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ:

- Είναι χρονοβόρα και ενδεχομένως άβολη η παραγωγή της.
- Δεν εξετάζει τις μακροπρόθεσμες τάσεις ανατροφοδότησης.

Συλλογή ανατροφοδότησης από εσωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη

Διαδικτυακά εργαλεία

Υπάρχουν εργαλεία όπως το Google Forms (δωρεάν), το survey monkey κ.λπ. με τα οποία μπορείτε εύκολα να δημιουργήσετε φόρμες ανατροφοδότησης τόσο για εσωτερικούς όσο και για εξωτερικούς πελάτες.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ:

- Περιέχει τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά δεδομένα.
- Είναι μια πηγή στην οποία μπορείτε να επιστρέψετε για πληροφορίες όταν τις χρειάζεστε.
- Δημιουργεί αυτόματα ένα λογιστικό φύλλο με τα δεδομένα
- Είναι εύκολο στη χρήση

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ:

- Μπορεί να είναι χρονοβόρο για το(α) άτομο(α) που αναπτύσσει(ουν) το έντυπο και αναλύει(ουν) τα αποτελέσματα

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Μπορούν να αποτελέσουν έναν
εξαιρετικό τρόπο συλλογής
ανατροφοδότησης ΚΑΙ διαφήμισης του
οργανισμού σας (από στόμα σε στόμα)

Review Us
on



Facebook

Συλλογή ανατροφοδότησης από εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη

ONLINE LOCAL BUSINESS REVIEWS
ARE THE DIGITAL VERSION OF
WORD-OF-MOUTH ADVERTISING

92%

Of people **trust**
recommendations from
individuals whom
they know

72%

Of consumers **trust**
online reviews as much as
personal recommendations

Συμπεριλάβετε όλα τα σχόλια στην ανάλυσή σας

Διαβάστε κάθε σχόλιο!

Παρόλο που ορισμένα σχόλια μπορεί να φαίνονται άσχετα ή πολύ λεπτομερή, κάποια από αυτά θα παρέχουν δυνητικά ζωτικές πληροφορίες.

Ταξινόμησέ το

- Κατηγοριοποιήστε τα σχόλια σε διάφορες κατηγορίες και υποκατηγορίες
- Αυτός είναι ένας καλός τρόπος για να αξιοποιήσετε την ανατροφοδότηση που συλλέγεται μέσω συζητήσεων, συναντήσεων κ.λπ. και όχι μέσω εντύπων
- Ποιοτική παρά ποσοτική

Κατανόηση της αξίας κάθε πελάτη

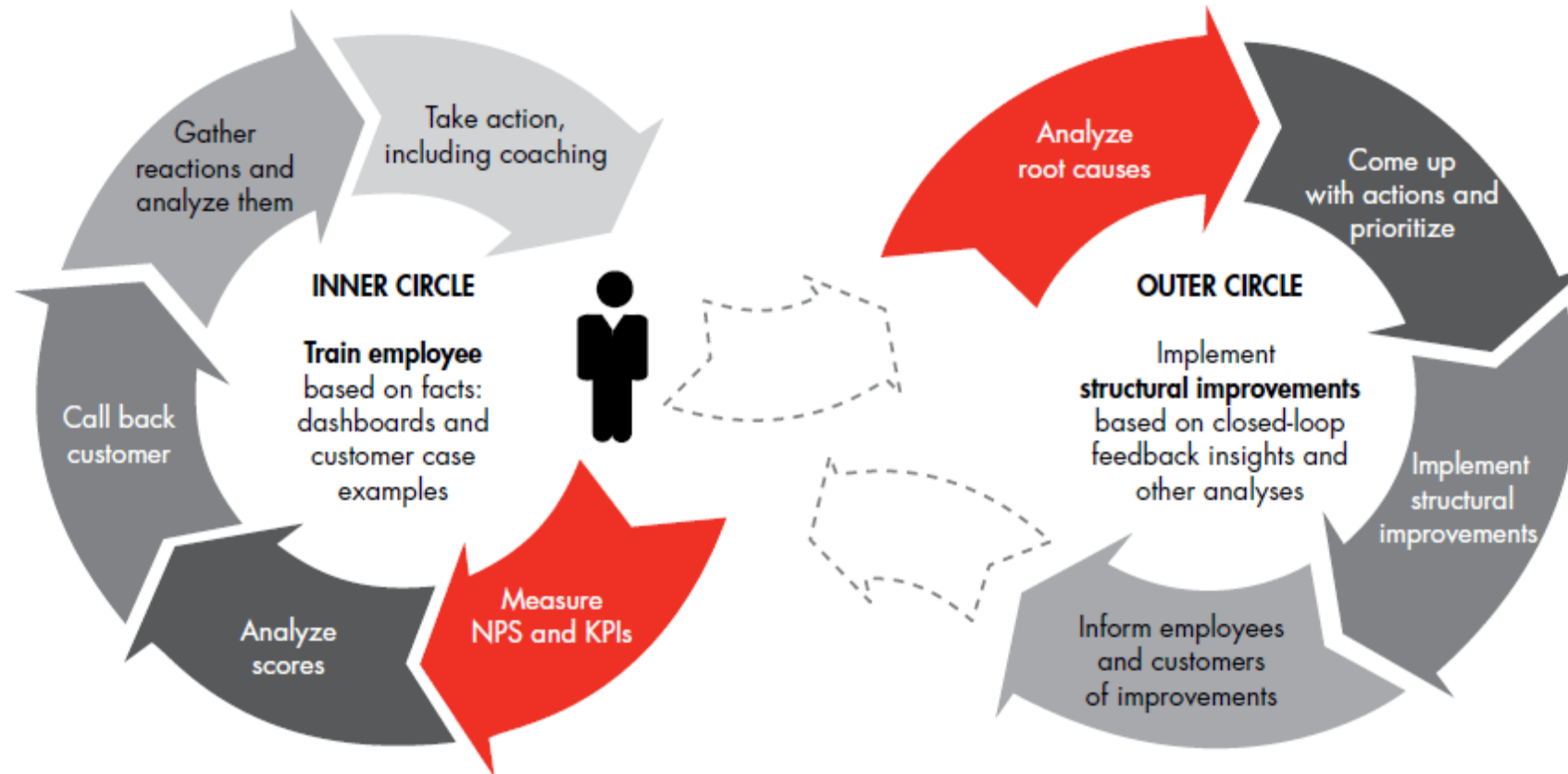
- Όλοι οι πελάτες είναι σημαντικοί, αλλά ορισμένοι είναι πιο σημαντικοί από άλλους
- Αυτό δεν είναι πάντα μια γενική παρατήρηση, μερικές φορές πρέπει να εκτιμήσουμε περισσότερο τη γνώμη ενός πελάτη από ένα συγκεκριμένο προϊόν/υπηρεσία

Κατανόηση της αξίας κάθε σχολίου/βαθμολογίας


- Ορισμένα σχόλια μπορεί να είναι πιο χρήσιμα από άλλα, ειδικά όταν αξιολογούμε ποιοτικά σχόλια



Figure 1: Customer insights from both feedback circles inform action at different levels of the organization

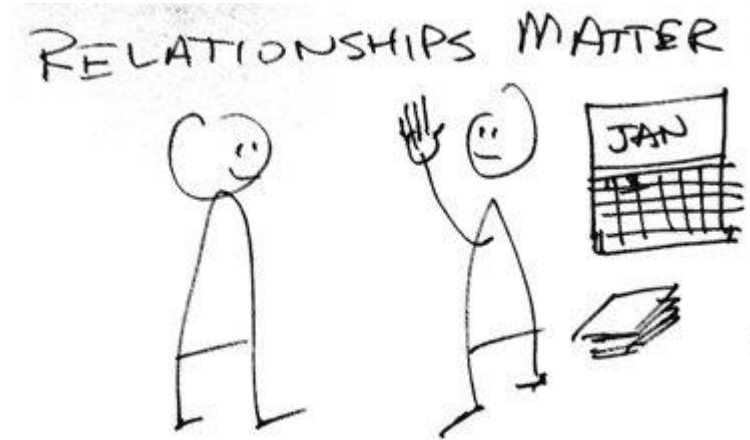


Source: Bain & Company



E-EURA_LO_3.11_M_001
Ανάλυση και αξιολόγηση της
ανατροφοδότηση

Αφού κατηγοριοποιήσετε τα σχόλια, συγκεντρώστε όλες τις πληροφορίες που διαθέτετε σχετικά με τις σχέσεις, την εξυπηρέτηση πελατών, την ευγένεια κ.λπ.



Αξιολογήστε τις πολιτικές σχέσεων με βάση:

- την ανατροφοδότηση που έλαβε
- τον πάροχο της ανατροφοδότησης (εσωτερική έναντι εξωτερικής κ.λπ.)
- Την υφιστάμενη κατάσταση της εξυπηρέτησης πελατών



RELATIONSHIPS MATTER



1. Διευρύνουν τις προοπτικές σας;
2. Σας κρατούν σε εγρήγορση;
3. Σας κάνουν πιο θαρραλέους;
4. Βοηθούν στην αξιοποίηση των υφιστάμενων πόρων και μέσων;
5. Έχουν το συμφέρον σας στο προσκήνιο;
6. Ενισχύουν τη σημασία σας για να διατηρήσετε την επιτυχία σας;

Glen Llopis, Forbes

Κριτήρια για την αξιολόγηση των βασικών αρχών των σχέσεων

Αποτελεσματικότητα

- Αν όχι, θα πρέπει να το ξανασκεφτείτε
- Ελέγξτε για ελαττώματα στην ανατροφοδότηση που λαμβάνετε

Καινοτομία

Ανατροφοδότηση

- Αυτό είναι ένα σημαντικό κριτήριο
- Ανατροφοδότηση τόσο από εξωτερικά όσο και από εσωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη



1. Να ακούτε τους άλλους και να προσπαθείτε πρώτα να καταλαβαίνετε πριν να γίνετε κατανοητοί
2. Να έχετε ενσυναίσθηση και να σκέφτεστε σε λύσεις που να είναι αμοιβαία επωφελείς
3. Να δίνετε το καλό παράδειγμα ως διαχειριστής έργου
4. Να είστε ειλικρινείς και ανοιχτοί σχετικά με την πρόοδο του έργου και να έχετε το θάρρος να ζητάτε βοήθεια
5. Να είστε προνοητικοί και να αναλαμβάνετε την ευθύνη των πράξεών σας



**Ανάλυση και αξιολόγηση τις
βασικές αρχές για καλές σχέσεις**

e-EUPA_LO_3.12_M_001

Ερώτηση 1

Αναφέρετε τους λόγους για τους οποίους οι θετικές σχέσεις στην εργασία είναι σημαντικές.

Ερώτηση 2

Ποια είναι τα βασικά βήματα που πρέπει να ακολουθήσει κανείς όταν αναλύει και αξιολογεί την ανατροφοδότηση;

Ερώτηση 3

Ποια είναι τα υπέρ και ποια τα κατά της συλλογής ανατροφοδότησης μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και συνομιλίας;

Η οικοδόμηση θετικών σχέσεων στο χώρο εργασίας είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία της σταδιοδρομίας.

- Οι πελάτες αποτελούν έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της επιτυχίας ενός οργανισμού.
- Επιτυγχάνοντας θετικές σχέσεις με τους ενδιαφερόμενους φορείς, αποκτάτε πολύτιμους συμμάχους για τον οργανισμό σας

Χαρακτηριστικά μιας καλής εργασιακής σχέσης

- **ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ**
- **ΑΜΟΙΒΑΙΟΣ ΣΕΒΑΣΜΟΣ**
- **ΕΝΣΥΝΕΙΔΗΤΟΤΗΤΑ**
- **ΑΠΟΔΟΧΗ ΠΟΙΚΙΛΟΜΟΡΦΙΑΣ**
- **ΑΝΟΙΚΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

Βασικά σημεία ενότητας

Η διαχείριση των σχέσεων αποτελεί θεμελιώδη στόχο των Δημοσίων Σχέσεων:

- πρέπει να απευθύνεται στους σωστούς ανθρώπους με το σωστό μήνυμα
- πρέπει να χρησιμοποιεί το σωστό μέσο
- πρέπει να είναι αμφίδρομη
- πρέπει να είναι ηθική



ΜΠΡΑΒΟ!

Έχετε ολοκληρώσει την Ενότητα 3.3 - Μέρος Β



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

