

ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ WINNING MARKETING SERVICES Ε.Π.Ε.

Moving People Forward

Ενεργοποιώντας τις ανεκμετάλλετες δυνατότητες των ανθρώπων για την ανάπτυξη και βελτίωσή τους.

Η **Winning** αντιπροσωπεύει μια νέα φιλοσοφία στη συμβουλευτική των επιχειρήσεων όπου η μετεξέλιξη, η αναδιοργάνωση και η ανάπτυξη μιας επιχείρησης στηρίζεται κυρίως στην επένδυση του ανθρώπινου δυναμικού.

Μέσα από εκπαιδευτικές και συμβουλευτικές διαδικασίες που προσφέρουμε οι πελάτες μας επιλέγουν τις πιο αποδοτικές λύσεις για τις δικές τους ανάγκες.

Τι πρεσβεύουμε;

Εμείς στη Winning πρεσβεύουμε ότι το ανθρώπινο δυναμικό μιας Εταιρείας είναι η σημαντικότερη επένδυση που έχει στη διάθεσή της και της προσδίδει αξεπέραστο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αλλά και βιώσιμη προοπτική στην ανάπτυξή της. Με αυτή τη λογική, η συνεχής βελτίωση και εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού μέσω της εκπαίδευσης, σε ένα παρακινητικό περιβάλλον αποτελεί την πιο δυναμική κατεύθυνση μιας Εταιρείας για την επίτευξη της Αποστολής και των Στόχων της.

Τι μας διαφοροποιεί;

1. Η επιμονή μας στην ποιοτική παροχή υπηρεσιών μέσω της ανάπτυξης, δημιουργίας και προσαρμογής εκπαιδευτικών και συμβουλευτικών διαδικασιών, ώστε αυτές να «δένουν» απόλυτα με τις ανάγκες της κάθε επιχείρησης
2. Η στόχευση με εμβάθυνση στην αλλαγή του τρόπου δράσης και σκέψης του κάθε στελέχους από τη θέση που κατέχει, ώστε να συμβάλλει στην ενίσχυση της κεντρικής φιλοσοφίας και στην υλοποίηση της Αποστολής της Εταιρείας
3. Η εμμονή μας στη συνεχή βελτίωση και εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού με σεβασμό πάντα στην προσωπικότητα του ατόμου
4. Η ενίσχυση της παρακίνησης των ατόμων για την επίτευξη των προσωπικών και εταιρικών στόχων

Τομείς Δραστηριοποίησης:

- A. Εκπαίδευση
- B. Συμβουλευτική Παρέμβαση
- Γ. Marketing

A. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Οι εκπαιδεύσεις της Winning είναι κατά κύριο λόγο «**Τροποποιητικές**», το οποίο σημαίνει ότι έχουν **καταλυτική επίδραση στο σκεπτικό των εκπαιδευομένων και στην ανάπτυξη και διεύρυνση των ικανοτήτων τους.**

Βασικές Αρχές της Winning για την εκπαίδευση

- ❖ Επένδυση στον ανθρώπινο παράγοντα
- ❖ Συνεχής βελτίωση
- ❖ Σεβασμός στην προσωπικότητα του άλλου
- ❖ Ποιότητα
- ❖ Ολιγομελή Τμήματα

Η εκπαιδευτική ομάδα της Winning σχεδιάζει και υλοποιεί **εκπαιδευτικά προγράμματα τα οποία είναι εναρμονισμένα με τις τάσεις της εποχής και προσαρμοσμένα στις εκπαιδευτικές ανάγκες του πελάτη.**

Στόχοι μας

- ❖ Η άμεση πρακτική εφαρμογή
- ❖ Η βελτίωση των αποτελεσμάτων, ποιοτικών και ποσοτικών
- ❖ Η ανάπτυξη των διαπροσωπικών ικανοτήτων
- ❖ Η προσωπική ανάπτυξη και βελτίωση του ατόμου
- ❖ Η ενίσχυση του επαγγελματικού προφίλ

Οι Εκπαιδευτές της Winning

Η εκπαιδευτική ομάδα της Winning διαθέτει πολυετή εμπειρία και εξειδικευμένη γνώση στον σχεδιασμό εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε πολλούς διαφορετικούς κλάδους. Συνολικά, οι εκπαιδευτές της Winning, στα **17 χρόνια λειτουργίας** της, έχουν υλοποιήσει **πάνω από 150 εκπαιδευτικά προγράμματα σε 12 διαφορετικούς κλάδους** της αγοράς με **πάνω από 20.000 ανθρωποημέρες.**

Τομείς Εκπαίδευσης

- ❖ Ανθρώπινο Δυναμικό
- ❖ Ποιοτική Εξυπηρέτηση
- ❖ Πωλήσεις
- ❖ Αποτελεσματική Επικοινωνία
- ❖ Προϊοντική

Εκπαιδευτική Μεθοδολογία

Στάδιο 1: Σχεδιασμός

Κατόπιν συμφωνίας με τον πελάτη για υλοποίηση εκπαίδευσης σε συγκεκριμένους τομείς, διεξαγωγή **workshop** στους χώρους του πελάτη, όπου:

- αποτυπώνουμε την τρέχουσα κατάσταση (π.χ. τις σημαντικότερες προκλήσεις στον συγκεκριμένο τομέα, προτεραιότητες, κλπ.)
- εντοπίζουμε τα σημεία προς βελτίωση και τις ευκαιρίες
- προσδιορίζουμε συγκεκριμένα Cases – σενάρια τα οποία θα αποτελέσουν και τη βάση για το «χτίσιμο» δεξιοτήτων μέσω των προσομοιώσεων
- συμφωνούμε στους χώρους υλοποίησης της εκπαίδευσης

Στάδιο 2: Υλοποίηση

Η πρακτική σε σχέση με τη θεωρία μπορεί να αγγίξει μέχρι και το 80%. Συνεχείς προσομοιώσεις μεταβαλλόμενου βαθμού δυσκολίας και ατομικό «χτίσιμο» στον κάθε εκπαιδευόμενο. Αξιολόγηση της εκπαίδευσης από τους εκπαιδευόμενους.

Στάδιο 3: Feedback

Σύνταξη Εκπαιδευτικής Αναφοράς (Training Report), στην οποία αναλύονται τα κυριότερα σημεία της εκπαίδευσης και περιγράφονται συγκεκριμένες προτάσεις.

Τι μας διαφοροποιεί στον τομέα της Εκπαίδευσης

- ✓ **Δημιουργούμε εξ αρχής εξειδικευμένα εκπαιδευτικά προγράμματα τα οποία έχουν «τροποποιητικό» χαρακτήρα**
- ✓ **Σχεδιάζουμε από κοινού με τον πελάτη μας την εκπαιδευτική ύλη**
- ✓ **Επενδύουμε στον κάθε εκπαιδευόμενο ξεχωριστά**
- ✓ **Ενισχύουμε την απόδοση του εκπαιδευομένου, τόσο κατά τη διάρκεια των προσομοιώσεων όσο και με ατομικά feedback**
- ✓ **«Χτίζουμε» δεξιότητες οι οποίες έχουν εφαρμογή και σε άλλους τομείς, πέραν του χώρου εργασίας**

Ε Π Ι Λ Ο Γ Η Ε Κ Π Α Ι Δ Ε Υ Τ Ι Κ Ω Ν Π Ρ Ο Γ Ρ Α Μ Μ Α Τ Ω Ν

1. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Τι είναι: ένα εξειδικευμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα που εμβαθύνει στην ανθρώπινη συμπεριφορά και στο ρόλο του σύγχρονου Μάνατζερ λαμβάνοντας υπόψη τις σημερινές ιδιαίτερες απαιτήσεις, λόγω του μακροοικονομικού περιβάλλοντος και της ψυχολογίας που απορρέει από αυτό, τόσο του ιδίου του Μάνατζερ όσο και του προσωπικού του.

Σε ποιους απευθύνεται: σε στελέχη που ασκούν διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού.

Ποιος είναι ο στόχος: Η συνειδητοποίηση της βαρύτητας του ρόλου που κατέχει ένας Μάνατζερ ως προς τη διοίκηση του προσωπικού του, η καθοδήγηση του ανθρώπινου δυναμικού με άμεσα εφαρμόσιμα πρακτικά εργαλεία στοχοθέτησης, επαναπληροφόρησης και παρακίνησης με ταυτόχρονη ενίσχυση της ομαδικότητας και της αποδοτικότητας.

Περιεχόμενα:

- Ο ρόλος του Μάνατζερ στη σημερινή πραγματικότητα
- Η ανθρωποκεντρική προσέγγιση στη διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού
- Η Τεχνική της «Στοχευμένης Συζήτησης» (i/v): τι είναι, πως γίνεται, που χρησιμεύει
- Η διοίκηση του προσωπικού με βάση το τρέχον επίπεδο παρακίνησης του υφισταμένου
- Προσδιορισμός του τρέχοντος επιπέδου παρακίνησης και αξιοποίηση αυτού
- Τα 4 εργαλεία καθοδήγησης που ενισχύουν την παρακίνηση του ατόμου και την αποδοτικότητά του
- Στοχοθέτηση σύμφωνα με το επίπεδο παρακίνησης του ατόμου και τις ικανότητές του
- Θετική επαναπληροφόρηση: κάτι παραπάνω από ένα απλό «μπράβο»
- Τροποποιητική επαναπληροφόρηση και όχι Κριτική
- Η Σχέση των Συνεπειών με τα «μάτια» του υφισταμένου
- Η Καθοδήγηση σε μορφή εξίσωσης
- Το επικοινωνιακό προφίλ και η προσαρμογή σε αυτό χωρίς παραβίαση προσωπικής ζώνης
- Η διαχείριση του «τραπεζιού» - Αποτελεσματικές συναντήσεις
- Οι 3 προσεγγίσεις στις Διαπροσωπικές σχέσεις
- Η ομαδικότητα στην πράξη
- Αποτελεσματικό στυλ Ηγεσίας.

Τι διάρκεια έχει: τρία (3) διήμερα (6 εργάσιμες ημέρες – 48 εκπ. ώρες) σε τμήματα των 6 - 8 ατόμων.

2. Αξιολόγηση της Απόδοσης

Τι είναι: ένα εξειδικευμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα που εμβαθύνει στην Αξιολόγηση της Απόδοσης του προσωπικού και εκπαιδεύει τον ίδιο τον Αξιολογητή στο να έχει πλήρη επίγνωση και κατανόηση των κριτηρίων αξιολόγησης και να είναι αντικειμενικός, βέβαιος και εστιασμένος στην απόδοση όταν αξιολογεί το προσωπικό.

Σε ποιους απευθύνεται: σε εκείνα τα στελέχη Εταιρειών, τα οποία έχουν επιλεγεί για το ρόλο του Αξιολογητή, καθώς επίσης και σε στελέχη που ασκούν διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού.

Ποιος είναι ο στόχος: η συνειδητοποίηση της βαρύτητας του ρόλου που κατέχει ο Αξιολογητής και η διασφάλιση μιας αντικειμενικής αξιολόγησης με τη χρήση συγκεκριμένων τεχνικών και αποφυγή συχνών παγίδων.

Περιεχόμενα:

- Εισαγωγή στη Διαχείριση της Απόδοσης (Performance Management) μέσα από τις 4 Φάσεις
- Η Αξιολόγηση της Απόδοσης ως μέσον επίτευξης των στόχων του τμήματος και της επιχείρησης
- Τα 4 προαπαιτούμενα Ποιοτικά Κριτήρια για τη σύσταση κριτηρίων βάσει των οποίων θα κριθεί η απόδοση του αξιολογουμένου: Πληρότητα – Ομοιομορφία – Αντικειμενικότητα – Βεβαιότητα
- Η εξειδίκευση των κριτηρίων αξιολόγησης στο τμήμα και στις απαιτήσεις της συγκεκριμένης θέσης
- Η επιλογή της Κλίμακας Αξιολόγησης: Υπέρ & κατά
- Οι ευθύνες του Αξιολογητή
- Μάνατζερ έναντι Αξιολογητή: Οι δύο ρόλοι που αντιμάχονται κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης
- Τα 3 Ποιοτικά Κριτήρια: Τεχνικές και Μέθοδοι που μπορούν να βελτιώσουν την ποιότητα της αξιολόγησης
- Οι 6 συχνές Παγίδες προς αποφυγή κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης
- Η επίδραση του επιπέδου παρακίνησης του υφισταμένου στην απόδοσή του
- Η ενσωμάτωση της αξιολόγησης της απόδοσης στη συνολική φιλοσοφία της επιχείρησης: η διαδικασία της διαρκούς βελτίωσης.

Τι διάρκεια έχει: ένα (1) διήμερο (2 εργάσιμες ημέρες – 16 εκπ. ώρες) σε τμήματα των 6 - 8 ατόμων.

3. Ποιοτική Εξυπηρέτηση

Τι είναι: ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα που εμβαθύνει πρακτικά στην πελατοκεντρική αντίληψη και εστιάζει στην επίλυση καταστάσεων.

Σε ποιους απευθύνεται: σε στελέχη της πρώτης γραμμής που έρχονται σε καθημερινή επαφή με τους πελάτες της επιχείρησης.

Ποιος είναι ο στόχος: η ενίσχυση της πελατοκεντρικής αντίληψης και η άμεση και αποτελεσματική επίλυση καταστάσεων με αύξηση της ικανοποίησης και της πιστότητας των πελατών της επιχείρησης.

Περιεχόμενα:

- Οι προσδοκίες των πελατών σε τρία επίπεδα
- Η πελατοκεντρική προσέγγιση στην επίλυση καταστάσεων
- Η Στρατηγική χειρισμού επίλυσης καταστάσεων – 5 Βασικές αρχές
- Η διαχείριση των διαθέσιμων λύσεων
- Η επίλυση καταστάσεων με υπαιτιότητα της επιχείρησης
- Η επίλυση καταστάσεων χωρίς λύση
- Βασικές Ανθρώπινες Ανάγκες – η ψυχολογία του πελάτη
- Η Αποκωδικοποίηση των αναγκών του πελάτη ως μέσο επίλυσης μιας κατάστασης
- Το Επικοινωνιακό Προφίλ
- Πρακτική προσαρμογή στο επικοινωνιακό προφίλ του πελάτη χωρίς παραβίαση της προσωπικής του ζώνης
- Εμπόδια στην επικοινωνία: «πιστεύω», προκαταλήψεις, μεροληψίες
- Οι 15 Ικανότητες της αποτελεσματικής επικοινωνίας.

Τι διάρκεια έχει: ένα (1) διήμερο ή τριήμερο (2 ή 3 εργάσιμες ημέρες – 16 ή 24 εκπ. ώρες) σε τμήματα των 8 έως 10 ατόμων. Η τελική διάρκεια του προγράμματος ποικίλλει ανάλογα με την έμφαση που ο πελάτης μας επιθυμεί να δοθεί κυρίως στις πρακτικές προσομοιώσεις, τόσο ως προς τον αριθμό των καταστάσεων (cases) όσο και ως προς τον βαθμό δυσκολίας.

4. Εταιρικές Πωλήσεις

Τι είναι: ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα που αξιοποιεί, με τρόπο πρακτικό και εφαρμόσιμο, την τεχνογνωσία και την εμπειρία της Winning στις πωλήσεις από – επιχείρηση - σε – επιχείρηση (Business to Business Selling). Ιδιαίτερα σημαντικό πρόγραμμα στη σημερινή οικονομική και ψυχολογική πραγματικότητα.

Σε ποιους απευθύνεται: σε στελέχη πωλήσεων που ασχολούνται με εταιρικές πωλήσεις και επιθυμούν να διευρύνουν το ρόλο τους και να βελτιώσουν τη στρατηγική τους και το επαγγελματικό τους προφίλ.

Ποιος είναι ο στόχος: άμεσα και ορατά αποτελέσματα τόσο στην αποδοτικότητα και τη διεύρυνση των εταιρικών πωλήσεων όσο και στην αύξηση της πιστότητας των εταιρικών πελατών της επιχείρησης, στο σημερινό μικροοικονομικό και μακροοικονομικό περιβάλλον.

Περιεχόμενα:

- Η ιδιαιτερότητα των πωλήσεων «από – επιχείρηση – σε – επιχείρηση»
- Η σύγχρονη στρατηγική στις εταιρικές πωλήσεις
- Η αλυσίδα «άμεσος – έμμεσος πελάτης». Προτεραιότητες και διαφορές
- Ο πελάτης σας ως επιχείρηση: Εταιρικές αξίες, στρατηγική, ιδιαιτερότητες της επιχείρησης. Η αλυσίδα των αποφάσεων
- Ο συνομιλητής σας ως άνθρωπος: Προσέγγιση – εκμείευση, επιβεβαίωση και αξιοποίηση των υλικών και ψυχολογικών αναγκών του στο σημερινό περιβάλλον
- Η στοχευμένη επικοινωνία για τον προσδιορισμό και την αξιοποίηση του Αγοραστικού Κώδικα τόσο του άμεσου πελάτη όσο και του έμμεσου πελάτη
- Τα κρίσιμα σημεία στην αλυσίδα της επικοινωνίας με τον πελάτη. Οι βασικές αρχές και τις τεχνικές διαπραγμάτευσης. Η στρατηγική διαχείρισης των επόμενων επαφών, πριν και μετά την πώληση
- Βασικές αρχές και σημεία αιχμής της επαγγελματικής παρουσίασης
- Αναζήτηση και προσέγγιση νέων εταιρικών πελατών
- Ανάλυση και διαχείριση του χρόνου.

Τι διάρκεια έχει: τρία (3) διήμερα (6 εργάσιμες ημέρες – 48 εκπ. ώρες) σε τμήματα των 6 ατόμων.

5. Η Αποτελεσματική Τηλεφωνική Πώληση

Τι είναι: ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα που αξιοποιεί, με τρόπο πρακτικό και εφαρμόσιμο, την τεχνογνωσία και την εμπειρία της Winning στην πώληση από το τηλέφωνο μέσα στη σημερινή οικονομική και ψυχολογική πραγματικότητα.

Σε ποιους απευθύνεται: σε στελέχη της πρώτης γραμμής που επιδιώκουν την άμεση βελτίωσή τους στην τηλεφωνική πώληση.

Ποιος είναι ο στόχος: άμεσα και ορατά αποτελέσματα στην αποδοτικότητα της τηλεφωνικής πώλησης, στη μείωση του ποσοστού απόρριψης, στη μείωση του χρόνου της επικοινωνίας, και στην αύξηση της ικανοποίησης των πελατών της επιχείρησης.

Περιεχόμενα:

- Βασικές αρχές τηλεφωνικής επικοινωνίας. Οι 15 θεμελιώδεις ικανότητες
- Οι ουσιώδεις διαφορές μεταξύ της εισερχόμενης και εξερχόμενης τηλεφωνικής επικοινωνίας στην πώληση
- Η στρατηγική της τηλεφωνικής επικοινωνίας στην πώληση. Τα κρίσιμα σημεία στην αλυσίδα της επικοινωνίας με τον πελάτη
- Ο πελάτης σας: χτίσιμο και διατήρηση εμπιστοσύνης, εκμείευση αναγκών – προέλεγχος, αξιοποίηση αναγκών, timing πρότασης
- Η «μετατόπιση» του πελάτη «από το τώρα στο τότε»
- Ο χειρισμός ενδοιασμών/αντιρρήσεων
- Το κλείσιμο της πώλησης, ή η στρατηγική των επόμενων επαφών
- Η επαφή με τον πελάτη μετά την πώληση και η αξιοποίηση της βάσης δεδομένων.

Τι διάρκεια έχει: δύο (2) διήμερα (4 εργάσιμες ημέρες – 32 εκπ. ώρες) σε τμήματα των 6 έως 8 ατόμων.

Β. ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ

Ο στόχος για εμάς στη Winning, ανεξάρτητα από το είδος της συμβουλευτικής παρέμβασης, είναι μονοσήμαντος και έχει να κάνει με την κατοχύρωση της κερδοφορίας και της βιώσιμης ανάπτυξης της επιχείρησης με την οποία συνεργαζόμαστε.

Οι κυριότερες παρεμβάσεις μας:

- ✓ Αναδιοργάνωση & Εμπορική Ανάπτυξη Εταιρείας
- ✓ Ανάπτυξη Εταιρικής Ταυτότητας
- ✓ Αξιολόγηση Υπάρχοντος Προσωπικού
- ✓ Τμήμα Εξυπηρέτησης / Παραπόνων
- ✓ Κέντρα Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης
- ✓ Ενεργητικές Πωλήσεις – WINN.ISS
- ✓ Προσωπική Ανάπτυξη
- ✓ Κύκλοι Ποιότητας.

Γ. MARKETING

Οι πιο ενδεδειγμένες ενέργειες που χρησιμοποιούμε στη Winning ως εργαλεία του Marketing είναι οι **Έρευνες Αγοράς** καθώς και οι **Έρευνες Ικανοποίησης Πελατών (CSI)** με εξέχουσα σημασία το **Mystery Shopping**. Η Winning διαθέτει πλούσια εμπειρία και εξειδίκευση στο σχεδιασμό και στην υλοποίηση και των δύο μορφών ερευνών, σε διαφορετικούς καταναλωτικούς κλάδους και υπηρεσίες. Οι έρευνες αυτού του είδους ενδείκνυνται για:

- την άντληση πληροφοριών επί των εξελίξεων στην αγορά και των εφαρμογών πολιτικών Marketing του ανταγωνισμού
- την καταγραφή των καταναλωτικών τάσεων και προτιμήσεων
- την αποτύπωση της ικανοποίησης των καταναλωτών.

Εκτός από τον τομέα των ερευνών, η Winning δραστηριοποιείται και στον τομέα των **Δημοσιογραφικών Παρουσιάσεων**.

ΚΛΑΔΟΙ – ΠΕΛΑΤΕΣ

Οι κύριοι πελάτες μας από τον αεροπορικό χώρο:

- **AEGEAN AIRLINES A.E.**
- **ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΑΘΗΝΩΝ «ΕΛ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ»**
- **GOLDAIR HANDLING AE**

Οι κύριοι πελάτες μας από τον φαρμακευτικό χώρο:

- **UNI-PHARMA**
- **INTERMED**
- **ELPEN A.E.**

Οι κύριοι πελάτες μας από το χώρο του αυτοκινήτου περιλαμβάνουν, ενδεικτικά τις ακόλουθες μάρκες:

- **AUTOPOINT SA (multi-brands retailer of FORD/VOLVO/HYUNDAI/KIA automobiles)**
- **CHRYSLER JEEP HELLAS SA**
- **CITROEN HELLAS SA**
- **ELMA SA (importer and distributor of MAZDA automobiles)**
- **FIAT AUTO HELLAS SA**
- **FORD MOTOR HELLAS SA**
- **GM HELLAS SA**
- **KARENTA SA (multi-brands dealer of VW/AUDI automobiles)**
- **KOSMOCAR SA (importer and distributor of VW and Audi automobiles)**
- **MAVA SA (importer and distributor of RENAULT automobiles)**
- **P & R DAVARIS SA (importer and distributor of HYUNDAI– KIA MOTORS)**
- **PROMOT LAINOPOULOS (multi-brands dealer MERCEDES-BENZ)**
- **RELEX SA (large retailer of RENAULT)**
- **SARAKAKIS BROS (importer and distributor of HONDA/MITSUBISHI automobiles)**
- **SFAKIANAKIS SA (importer and distributor of SUZUKI automobiles)**
- **SUBARU MOTOR HELLAS SA**
- **TECHNOCAR SA (importer and distributor of SEAT automobiles)**
- **VIAMAR SA (importer and distributor of SKODA automobiles)**

Από τον χώρο των ενοικιάσεων/ leasing και ασφαλειών:

- **HERTZ (AUTOHELLAS ATEE)**
- **ELYSEE AE (insurance brokers)**

Πελάτες μας από άλλους κλάδους δραστηριοτήτων περιλαμβάνουν:

- **METKA - Εταιρεία κατασκευής εξειδικευμένων ενεργειακών έργων**
- **ΜΑΥΡΙΚΙ & Co. – Έπιπλα, διακόσμηση**
- **MOTOCRAFT A.E. – Θαλάσσιοι κινητήρες, σκάφη αναψυχής και ναυτιλιακός εξοπλισμός**
- **MOTODYNAMICS SA (importer, distributor and retailer of YAMAHA motorcycles and outboard marine engines)**
- **OLYMPUS PHOTOMATIC A.E. – Ψηφιακά – Φωτογραφικά προϊόντα**
- **ΔΩΔΩΝΗ A.E. – Γαλακτοκομικά προϊόντα**
- **ΟΠΤΙΚΑ ΣΥΚΑΡΑΣ**
- **ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ**

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Μπορείτε να επικοινωνείτε μαζί μας:

Winning Marketing Services Ε.Π.Ε.

Σύμβουλοι Marketing, Επικοινωνίας, και Εκπαίδευσης

Βασιλέως Παύλου 81

Παλαιό Ψυχικό

Τ.Κ. 154 52

Τηλέφωνο: 210-67 27 572

Fax: 210-67 75 438

E-mail: info@winningms.com

http: www.winningms.com