

# IL CORSO SULLE STRATEGIE PER IL QUALITY ASSURANCE NEL CALL CENTER

## Customer Satisfaction per Migliorare Il ROI del Call Center

*Progettare Rilevazione e Implementazione per il Massimo Impatto*

**Roma - Regus Business Center 17-18 giugno 2009**

**Introduzione** - Le metriche del call center includono indici di qualità che non possono essere definiti senza considerare il punto di vista del cliente. Lo strumento per tenerne conto è costituito dalle rilevazioni di Customer Satisfaction e dalla raccolta della Voice of the Customer. Tenendo presente le diverse prospettive di analisi della qualità del call center (quali azienda, cliente, personale), si assicura una qualità del servizio elevata e stabile nel tempo, fattore essenziale per fidelizzare i clienti. In questo scenario le valutazioni della qualità del servizio erogato e della soddisfazione dei clienti per i contatti avvenuti, svolte attraverso controlli regolari e periodici, diventano quindi essenziali. Una rilevazione di Customer Satisfaction utile e statisticamente significativa richiede alcune attenzioni, nella definizione del questionario e delle modalità di rilevazione, nella definizione del campione e delle sue dimensioni, nell'analisi dei dati. È importante per esempio sapere che i dati grezzi delle rilevazioni devono essere sottoposti ad un controllo di qualità, per evitare distorsioni che possono pesare anche il 5%. Se si utilizzano i dati di Customer satisfaction anche per valutare la premialità verso gli operatori, una corretta rilevazione diventa essenziale per evitare rifiuti e disaffezioni. Dall'analisi seguono gli approfondimenti e le decisioni per valutare su quali azioni di miglioramento puntare per la massima efficacia. Il contributo della Voice of the customer a supporto dei dati qualitativi della rilevazione è importante anche per i singoli consulenti telefonici, sia per mirare una formazione efficace, sia per motivarli con le parole dei clienti. Un buon risultato di Customer satisfaction si ottiene quando i processi di erogazione del servizio sono pensati in funzione della Customer experience: come esempio viene approfondito il design di un self service. La rilevazione della Customer Satisfaction viene inquadrata nel contesto del fornire servizi di qualità ed è arricchita con la presentazione di strumenti di analisi. Ogni momento di apprendimento viene consolidato attraverso workshop ed analisi di casi che guidano passo passo alla messa in pratica delle conoscenze acquisite, facendo emergere immediatamente difficoltà e necessità di approfondimento, in modo da poterle applicare efficacemente in azienda.

**Destinatari** - Responsabili del Customer Care, del CRM, del Call Center, specialisti di marketing che vogliono focalizzarsi sulle problematiche specifiche di applicazione al Call center, addetti al quality assurance, desiderosi di impadronirsi di una visione organica degli strumenti e delle metodologie disponibili.

### Programma del corso

#### CS e qualità dei processi del Call Center

- Cosa vuole il cliente
- Aspetti chiave per la soddisfazione del cliente nel contatto
- Conseguenza di una bassa Customer Satisfaction nel Call Center
- Il Call center e la Voice of the Customer
- Il ciclo di vita della CS nel Call Center
- Soddisfazione dei clienti e segmentazione
- I Gap della Qualità e della Soddisfazione
- Rapporti tra Quality Monitoring e Customer Satisfaction

#### Workshop: Valore informativo delle indagini di Customer Satisfaction

#### Misurare la Customer Satisfaction

- I Processi Chiave per i Clienti: Soluzione al primo contatto
- Metodi di misurazione adatti ai call center
- Attenzioni da usare nella misurazione
- Evitare il channel slamming
- Attenzioni da usare nel questionario
- La corretta selezione di un campione significativo
- Misurare la risoluzione al primo tentativo in modo corretto
- Caratteristiche dei metodi di misura della CS

#### Workshop: Valutazione di questionari di CS

#### Analisi dei dati di CS e definizione delle priorità di miglioramento guidate dal cliente

- Fattori Chiave della Soddisfazione dei Clienti
- Correggere le distorsioni nel sondaggio

- Quale Livello di Soddisfazione è adeguato
- Strumenti per Definire le Priorità di Miglioramento
- Usare la Voice of Customer per migliorare le prestazioni del consulente telefonico
- Implementare un processo di miglioramento customer driven
- Massimizzare i risultati dalla CS

#### Workshop: Analisi e interpretazione dei dati

#### Strumenti per l'analisi delle cause dei problemi

#### Workshop: Caccia alle cause dei problemi di CS con gli strumenti della qualità

#### Design per la CS: Customer experience nel self service

- Progettare il Self Service in base alla Customer Experience per massimizzare la CS
- Facilità d'uso al 100% prevista nel design
- Sette aree chiave determinano/ influenzano la Facilità d'uso
- Disegno del passaggio da Self service ad operatore

#### Metriche validate dal cliente ai fini del ROI del Call Center

- Usare i dati della CS per costruire un report profitti e perdite del call center
- Usare i dati di soddisfazione del cliente per calcolare il ROI del call center
- Calcolare il ROI dell'addestramento e del coaching

#### Workshop: Costruire un Business case

## Il Corso

Il corso fa parte di un pacchetto formativo sui call/contact center che si tiene con successo dal 2002, i corsi hanno riscosso l'apprezzamento dei partecipanti per la loro comprovata efficacia. La metodologia didattica interattiva e moderna prevede l'uso di tecnologie per l'apprendimento che permettono di confrontare le proprie esperienze con quelle dei colleghi e dei docenti, esperti del settore. I corsi rientrano in un piano di formazione proposto da Vanguard che rappresenta un'opportunità vincente per aggiornare i team preposti alla pianificazione e gestione dei Call Center, per controllarne efficacemente i costi e per migliorare la qualità del servizio offerto.

Scaricare la brochure informativa alla pagina  
[www.vanguard.net/formazione.asp](http://www.vanguard.net/formazione.asp)

## Orari dei corsi:

Per tutti i corsi l'orario è il seguente:

Primo giorno: 8.30-9.00 Registrazione dei partecipanti  
9.00-17.30 Corso, con pausa pranzo  
dalle 13.00 alle 14.00  
Secondo giorno: 9.00-17.30, con pausa pranzo  
dalle 13.00 alle 14.00

## La progettazione del corso e il docente

La progettazione per il mercato italiano è stata curata dall'Ing. Sergio Caserta e da consulenti di Vanguard Communications che si sono anche avvalsi di materiale di provata efficacia per la preparazione delle risorse utilizzato nei paesi più avanzati sia per tecnologie che per pratiche operative.

L'Ing. Caserta ha circa 30 anni di esperienza nelle applicazioni aziendali delle tecnologie dell'ICT, è country manager di Vanguard e ha affrontato le tematiche dei contact center e del CRM per diverse realtà aziendali. L'ing. Caserta è membro ACM ([www.acm.org](http://www.acm.org)); ICMI Certified Associate ([www.icmi.com](http://www.icmi.com)) per la docenza su tematiche organizzative e gestionali di contact center. Vanguard è global partner per l'Italia di ICMI.

Il docente del corso è il Dott. Livio Rolle – consulente e formatore con un'esperienza manageriale di oltre 20 anni nel marketing strategico e operativo e nella pianificazione e controllo. Il Dott. Rolle conduce ricerche di mercato e indagini di Customer Satisfaction multicanale, individuando modalità innovative per motivare il personale. Il Dott. Rolle collabora con Vanguard dal 2004 come consulente senior.

## Modalità e quote di partecipazione

È possibile iscriversi al corso tramite l'invio della scheda di iscrizione al fax 06 54834000, oppure telefonando al n. 06 54832800 o inviando un'e-mail con i dati richiesti all'indirizzo: [formazione@vanguard.it](mailto:formazione@vanguard.it). Tutte le quote di partecipazione comprendono la documentazione completa, i coffee break e le colazioni di lavoro.

## Customer Satisfaction per Migliorare il ROI del Callo Center

- Euro 1.595,00 + IVA a partecipante;
- Euro 1.345,00 + IVA a partecipante, per chi si prenota almeno un mese prima dell'effettuazione del corso, per chi ha partecipato a precedenti corsi Vanguard.
- Per due o più iscritti della medesima azienda: - 10% per ogni iscritto (da applicarsi alle tariffe su esposte).

Lo sconto rispetto al prezzo base si applica solo nei casi di pagamento prima del corso o a 30 gg. dalla data di fatturazione.

Ad ogni partecipante viene rilasciato un attestato di partecipazione e consegnato materiale di riferimento consistente in moduli per monitoraggio qualità Email, fondamenti di scrittura Email, studi ed esempi aziendali.

## Sede del Corso: ROMA

Centro Regus Barberini  
Via Antonio Salandra, 18 – 00187 Roma  
(Metro A - stazioni Repubblica o Barberini); tel. 06 4227 1

## SCHEDA D'ISCRIZIONE

(Per iscrizioni multiple si prega di utilizzare fotocopie della presente scheda)

Confermo la mia partecipazione al corso:

### Customer Satisfaction per Migliorare il ROI del CC

**Regus Business Center – Roma, 17-18 giugno 2009**

Nome \_\_\_\_\_

Cognome \_\_\_\_\_

Funzione \_\_\_\_\_

Società \_\_\_\_\_

Via \_\_\_\_\_

CAP/Città/Prov. \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_

Cell. \_\_\_\_\_

Email \_\_\_\_\_

### Segreteria Organizzativa

Vanguard Communications Europe,

Via di Vigna Murata, 40 - Roma

06 5483 2800 - fax 06 5483 4000

email [formazione@vanguard.it](mailto:formazione@vanguard.it) [www.vanguard.it](http://www.vanguard.it)

### Modalità di pagamento: Bonifico Bancario

Le istruzioni saranno tempestivamente fornite

### Intestare fattura a:

Società: \_\_\_\_\_

Via: \_\_\_\_\_

CAP/Città: \_\_\_\_\_

P.IVA: \_\_\_\_\_

In caso di cancellazione del corso la responsabilità di Vanguard Communications Europe è limitata al rimborso delle quote di iscrizione versate. Sostituzioni possono essere fatte in qualsiasi momento prima dell'inizio del corso. In caso di rinuncia non effettuata almeno 7 gg. prima dall'inizio del corso verrà addebitato un importo di 500,00€. Si informa il Partecipante ai sensi del D.Lgs. 196/03: (1) che i propri dati personali riportati sulla scheda di iscrizione saranno trattati da questa società per l'adempimento di ogni onere relativo alla Sua partecipazione al corso per finalità statistiche e per l'invio di materiale promozionale di Vanguard; (2) il conferimento dei dati è facoltativo: in mancanza, tuttavia, non sarà possibile dar corso al servizio. In relazione ai dati, il Partecipante ha diritto di opporsi al trattamento sopra previsto. Titolare e Responsabile del Trattamento è Vanguard Communications Europe Ltd., 145 Ewell Road, Surbiton, Surrey KT66AW, UK nei cui confronti il Partecipante potrà esercitare i diritti di cui al D.Lgs. 196/03 (accesso, correzione, cancellazione, opposizione al trattamento, indicazione delle finalità del trattamento)

Data \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_