

SEMINARIOS ICMI

Seminarios Internacionales de Formación Profesional en Contact Center Management

*Los Más Reconocidos en la Industria
Desarrollados y Dictados por Especialistas*

Agenda Seminarios Abiertos 2011

(*) son cursos originales ICMI

1	27 y 28 de Abril	<ul style="list-style-type: none"> Habilidades y Conocimientos Esenciales para la Gestión Efectiva del CC <i>Essential Skills and Knowledge for Effective Contact Center Management</i> 	Track Operaciones	D 2 días (*)
2	11 de Mayo	<ul style="list-style-type: none"> Midiendo la efectividad en el CC <i>Measuring Contact Center Effectiveness</i> 	Track Operaciones	D 1 día (*)
3	12 de Mayo	<ul style="list-style-type: none"> Coaching en el Contact Center <i>Contact Center Coaching: A Practical Approach to Getting Results</i> 	Track Personas	D 1 día (*)
4	22 de Junio	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechando el Poder del CC para Gestiones de Cobranza 	Track Operaciones	D 1 día
5	13 y 14 de Julio	<ul style="list-style-type: none"> Monitoreo y Coaching para la Mejora del CC <i>Monitoring & Coaching for Improved Contact Center Performance</i> 	Track Personas	D 2 días (*)
6	10 y 11 de Agosto	<ul style="list-style-type: none"> Workforce Management: Los Fundamentos y Más <i>Workforce Management: The Basics & Beyond</i> 	Track Operaciones	D 2 días (*)
7	8 de Septiembre	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechando el Poder del CC para Incrementar las Ventas 	Track Operaciones	D 1 día
8	5 y 6 de Octubre	<ul style="list-style-type: none"> Workshop Ejecutivo en Planeamiento Estratégico del CC <i>Executive Workshop on CC Strategic Planning</i> 	Track Estrategia	D 2 días (*)
9	2 de Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> Cómo Medir y Mejorar los Costos en el CC 	Track Estrategia	D 1 día
10	3 de Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> Finanzas Esenciales para el CC 	Track Estrategia	D 1 día

Contenidos Actualizados - Aplicación Inmediata - Valioso Material - Certificación por Asistencia

INSCRIBIRSE

[Seminarios](#)[Oradores](#)[Lugar de Dictado](#)[Precios](#)

▲ Seminarios:



Días 27 y 28 de Abril

Habilidades y Conocimientos Esenciales para la Gestión Efectiva de CC *Essential Skills and Knowledge for Effective Contact Center Management*

Descripción del Seminario:

Este seminario, de 2 jornadas completas de duración, le brindará planes, estrategias y secretos de éxito que le garantizarán la mejora de sus operaciones y le permitirán incrementar el valor de su call center.

Destinatarios:

Es ideal para todo aquel que tenga un rol de conducción en el Contact Center, como Gerentes, Jefes, Supervisores y Líderes, pero también es de utilidad para aquellas personas que tengan algún grado de relación con el Contact Center desde funciones como Marketing, Sistemas, Calidad, Recursos Humanos o Finanzas y necesiten entender su funcionamiento.

Beneficios:

Este seminario permite construir una base sólida para alcanzar la excelencia del call center dentro de la organización y el éxito profesional, además de:

1. Crear una cultura de planificación en su centro
2. Alcanzar los niveles de servicio con consistencia
3. Pronosticar la carga de trabajo con exactitud
4. Desarrollar programas de trabajo con precisión
5. Gestionar la cola de espera de llamadas en tiempo real
6. Entender las dinámicas únicas del Contact Center
7. Establecer los objetivos de desempeño adecuados
8. Mejorar la calidad y la eficiencia
9. Obtener el apoyo y el reconocimiento de la alta gerencia

Y podrá alcanzar grandes beneficios, incluyendo estrategias para:

1. Reducir las tasas de abandono y recuperar a los clientes perdidos
2. Gestionar un amplio espectro de canales de contacto
3. Exceder las expectativas del cliente

4. Elevar los estándares de desempeño
5. Reducir los costos del Contact Center.

Módulo 1: La Profesión Dinámica del Contact Center

1. Definición de Contact Center
2. Los Tres Niveles de Valor
3. Estrategia de Acceso de Clientes
4. Definición de la Gestión Efectiva de Contact Centers
5. El Contact Center como Centro de Comunicación
6. Valor Estratégico del Contact Center
7. Tecnologías actuales de Contact Center
8. La Profesión del Contact Center

Módulo 2: El Proceso de Planificación y Gestión

1. El Entorno del Contact Center es Único
2. El Efecto de la llegada de llamadas en forma aleatoria: Las llamadas se amontonan.
3. Los Siete Factores de la Tolerancia de las personas que llaman
4. El Proceso de Planificación y Gestión – Paso 1
5. Las Dos Categorías Principales de las Transacciones Entrantes
6. Service Level y Tiempo de Respuesta: El Sistema de Valor Central
7. Alternativas para Calcular el Service Level
8. Los Tres Tipos de "Respuesta"
9. El Proceso de Planificación y Gestión – Paso 2
10. El Proceso de Planificación y Gestión – Paso 3
11. Dos Enfoques de Pronóstico
12. Llamadas Realizadas
13. La Información Fundamental Necesaria para Pronosticar
14. Llamadas Realizadas Mensualmente
15. Llamadas por Día de la Semana
16. Llamadas Realizadas cada Media Hora
17. Planilla de Llamadas por Mes del Año
18. Planilla de Llamadas por Día de la Semana, etc.

Módulo 3: Gestión Efectiva en Tiempo Real y Recuperación

1. La Realidad Momento a Momento
2. Tres Principios Claves de la Gestión Efectiva en Tiempo Real
3. Establecer una base sólida para la comunicación efectiva
4. Desarrollando planes para "Reaccionar por Adelantado"
5. Planificando para Reaccionar por Adelantado
6. Planificando para Reaccionar por Adelantado (con notas)
7. Actualizando el Plan
8. Monitoreo de la Información en Tiempo Real
9. Pronóstico Intra-Diario
10. Implemente un Plan de Escalamiento Realizable
11. ¿Qué Mensajes estamos Comunicando?
12. Posibles Causantes de la Ruta Común
13. Anuncios Informativos

14. Consideraciones para la Música y los Mensajes, etc

Módulo 4: Mejorando la Calidad y Productividad

1. Cinco Principios de Calidad Importantes
2. La Calidad se Construye alrededor de las Expectativas del Cliente
3. Expectativas del Cliente Típicas
4. Los Estándares de Performance reflejan las Expectativas del Cliente
5. La Calidad y el Nivel de Servicio funcionan en forma conjunta
6. El Círculo Vicioso de los Contact Centers con Dotación de Personal Inapropiada
7. La Conexión con la Satisfacción del Empleado
8. Estrategias para Mejorar la Calidad y Eficiencia del Contact Center
9. Objetivos Claves de Performance para Individuos, etc.

Módulo 5: Síntesis y Próximos Pasos

1. Las Doce Características de los Contact Centers Líderes
2. Cada Persona como un Líder
3. Su Desarrollo Profesional
4. Su Plan de Acción

 [arriba](#)

Día: 11 de Mayo:

Midiendo la Efectividad en el Contact Center *Measuring Contact Center Effectiveness*

Descripción del Seminario:

Identifique lo que debería medirse, por qué debería medirse y cómo recopilar los datos que realmente son relevantes.

A medida que los call centers se tornan más complejos, la efectividad se torna cada vez más difícil de medir. Los informes pueden generar muchas métricas, pero, ¿cuáles son las verdaderamente importantes? ¿Cuáles guiarán las conductas correctas a nivel agente, a nivel equipo y a nivel gerencia?

Este seminario le permitirá determinar cuáles son las métricas correctas para su centro. Usted obtendrá las respuestas a las preguntas anteriormente formuladas y mucho más. Manéjese más allá de simples comparativas, a fin de comprender cómo establecer las metas correctas para su Contact Center en particular.

Las métricas serán analizadas desde múltiples perspectivas y focalizarán sobre las siguientes áreas clave:

- Calidad
- Accesibilidad
- Eficiencia
- Desempeño de los Costos
- Impacto Estratégico

Beneficios:**Asista a este seminario y podrá:**

- Estar seguro de que usted está midiendo lo más importante.
- Explicar los resultados actuales en el contexto de mediciones interrelacionadas.
- Determinar cómo medir el desempeño individual del agente.
- Estimar la efectividad del servicio brindado, a través de todos los canales de contacto.
- Saber qué acción tomar luego de examinar los resultados.
- Explorar cómo las métricas pueden contribuir a identificar las causas raíz.

Destinatarios:

Este seminario es adecuado para todos los niveles de gestión del Call Center. Directores, gerentes, analistas y supervisores, todos se beneficiarán con la explicación de las métricas clave. Este seminario se aplica a los contact centers de clientes en un amplio rango de sectores comerciales y de gobierno, incluyendo a aquellos vinculados con el servicio a clientes, ventas, mesa de ayuda, reclamos, reservas, centros de información, líneas gratuitas, servicios de emergencia y cuestiones relacionadas con clientes.

Contenidos del Seminario:**Unidad 1: Cómo Comprender las Métricas**

- Los Informes y Análisis de Comparativas Pueden Generar Confusión
- Las Métricas están Inter-relacionadas
- Comience con una Estrategia en Mente
- Necesidades de los Clientes, del Negocio y de los Empleados

Unidad 2: Accesibilidad

- Cómo Calcular el Nivel de Servicio
- Cómo Elegir su Nivel de Servicio
- Cómo Evaluar el Nivel de Servicio
- Tiempo de Respuesta
- Abandono
- Velocidad Promedio de Respuesta vs. Nivel de Servicio

Unidad 3: Eficiencia

- Cómo Medir la Exactitud del Pronóstico
- Cómo Establecer Metas de Aplicación al Servicio
- Cómo Comprender la Ocupación
- Cómo Gestionar el Tiempo Promedio de Transacción

Unidad 4: Calidad

- Cómo Evaluar la Calidad a través del Monitoreo
- Cómo Evaluar la Calidad a través del Feedback del Cliente
- El Costo de los Errores y de Rehacer la Tarea
- Cómo Definir la Resolución en el Primer Llamado
- Trampas Comunes en la Medición de la Resolución en el Primer Llamado

Unidad 5: El Desempeño de los Costos

- Presupuesto vs. Desempeño

- Cómo Elegir un KPI (Indicador de Desempeño Clave) de Ingresos
- Cómo Evaluar el Costo por Contacto
- Cómo Determinar el Valor de la Llamada Promedio
- El Retorno sobre la Inversión del Call Center Total

Unidad 6: Impacto Estratégico

- Cómo Cuantificar el Impacto del Servicio Entregado sobre la Satisfacción del Cliente
- Cómo Evaluar la Satisfacción del Empleado
- Cómo Calcular la Rotación
- Actividades de Apoyo

Unidad 7: Aplicación

- Métricas Inter-relacionadas
- Informes
- Comunicación Permanente
- Ejemplos de Informes

 [arriba](#)

Día: 12 de Mayo:

Coaching en el Contact Center

Contact Center Coaching: A Practical Approach to Results

Descripción del Seminario:

Este seminario, de una jornada completa de duración, focaliza sobre los aspectos prácticos del coaching. Los participantes tendrán la oportunidad de implementar un modelo de coaching comprobado, construir la confianza a través de escenarios de práctica y sortear una gran variedad de duros desafíos del coaching.

Beneficios:

A través de este seminario, usted podrá:

- Construir y apalancar una relación de coaching con cada empleado.
- Aprender, practicar y recibir un feedback, utilizando el modelo de coaching probado por ICMI.
- Construir una cultura de coaching en su Contact Center.
- Reforzar las conductas deseables a través del elogio.
- Practicar las técnicas necesarias para enfrentar situaciones de coaching difíciles y sensibles.
- Adaptar su estilo de coaching a los estilos de los representantes individuales.
- Aplicar el coaching sobre todos los aspectos del desempeño del agente – aplicación al servicio, productividad, exactitud, calidad – que impactan sobre el éxito de la organización.
- Determinar el retorno sobre la inversión de la actividad de coaching.

Destinatarios:

Este seminario está destinado a Gerentes y Supervisores de Call y Contact Centers, con responsabilidades de coaching.

Contenidos del Seminario:

Unidad 1: El Caso del Coaching

- Cómo Definir el Coaching
- Lo que el Coaching puede Hacer
- El Retorno sobre la Inversión del Coaching

Unidad 2: Su Rol como Coach

- Aspectos Básicos
- El Rol de un Coach
- Los Desafíos Habituales del Coaching

Unidad 3: Aspectos Fundamentales: El Elogio y la Corrección

- Cómo Identificar Oportunidades para Elogiar
- El Elogio como Motivador
- Cómo Utilizar el Feedback para Corregir el Desempeño

Unidad 4: Herramientas y Técnicas de Coaching

- El Proceso de Coaching
- El Modelo de Coaching SAFE
- Cómo Prepararse para una Actividad de Coaching: Lineamientos para el Coach
- Cómo Prepararse para una Actividad de Coaching: Lineamientos para el Agente
- Situaciones de Coaching Difíciles

Unidad 5: Un Enfoque Holístico del Coaching

Cómo utilizar el coaching para:

- Desarrollar Habilidades y Mejorar el Desempeño
- Crear una Cultura de Call Center Positiva
- Obtener el Compromiso del Agente
- Comunicar las Métricas
- Ayudar en el Manejo del Estrés
- Tratar Planes de Carrera y Desarrollo de Habilidades

 [arriba](#)

Día 22 de Junio:

Aprovechando el Poder del Contact Center para Gestiones de Cobranza

Descripción del Seminario:

En esta jornada íntegra de capacitación se trabaja sobre los puntos clave que permiten aprovechar el poder que tiene un Call o Contact Center de servicio o ventas para utilizarlo como herramienta de gestión de cobranzas y solucionar los primeros síntomas de morosidad en la relación con nuestros clientes. También se ocupa de cómo optimizar la gestión de aquellos call centers de cobranza ya establecidos.

Con este Seminario Usted podrá:

- Conocer las ventajas de solucionar el primer síntoma de mora
- Adaptar sus herramientas actuales del call center para el contacto con clientes morosos
- Segmentar, planificar y controlar campañas de recupero de deuda
- Conocer los "tips" principales para la gestión de cobranzas

- Comprender y generar información gerencial básica de cobranzas

Destinatarios:

Profesionales del área de Call Center, Gerentes, Supervisores y responsables de Centro de Contacto con Clientes. Responsables de áreas Administración, Ventas, Fidelización, y Retención de clientes.

Contenidos del Seminario:**DIA 1****UNIDAD 1: Cómo transformar su call center en un centro de gestión de cobranzas**

- ¿Qué es la cobranza, por qué es importante dentro de las organizaciones?
- Diferencias y similitudes entre la Gestión de Cobranza, Gestión de Ventas, Atención al Cliente y Retención de Clientes
- ¿Cómo adaptar las estrategias de comunicación actuales para utilizarlas como herramientas de cobranzas?

UNIDAD 2: Cómo comunico una deuda sin dañar la relación con el cliente

- Puntos de partida para la gestión del impago
- Herramientas para la correcta gestión, definición de estrategias
- Segmentación de Carteras

UNIDAD 3: Gestión de Cobranzas

- Acción, ¿Reacción?
- ¿Por qué se genera la mora?
- ¿Cómo se negocia una deuda? Conceptos de negociación aplicados en casos prácticos
- ¿Cómo manejar objeciones frecuentes en la gestión de cobranzas
- Palabras claves en el discurso telefónico

UNIDAD 4: Planificación y control de las campañas

- Capacity Plan y proyección de recursos y acciones
- Control de Costos (Costo por unidad monetaria recuperada)
- Estándares y objetivos de la gestión de call center
- Preparación de información gerencial de cobranzas

 [arriba](#)

Días 13 y 14 de Julio

Monitoreo y Coaching para la Mejora del Contact Center
*Monitoring and Coaching for Improved Contact Center Performance***Descripción del Seminario:**

Este seminario, de 2 jornadas de duración, le muestra paso a paso cómo diseñar un programa de

monitoreo y coaching completo, efectivo desde el punto de vista de los costos, que fomente la calidad, conduzca hacia la mejora del desempeño del CC y mejore el desempeño y el compromiso del agente. No se necesita un presupuesto ilimitado o un equipo de especialistas en aseguramiento de la calidad para construir un programa que brinde resultados. Ya sea que usted esté comenzando desde el inicio o ajustando un programa existente, este seminario le ofrece las Herramientas y el conocimiento que necesita para diseñar un enfoque a medida de su presupuesto, de su cultura organizacional y de los objetivos de su empresa.

Con este Seminario Usted podrá:

- Identificar los objetivos más críticos del call center y traducirlos en estándares de desempeño individuales a ser alcanzados.
- Diseñar un formulario de monitoreo, efectivo y fácil de usar.
- Implementar un sistema de calificación y puntuación que tenga significado.
- Diseñar un proceso de monitoreo para alcanzar sus objetivos, incluyendo la frecuencia de monitoreo y los métodos a utilizar.
- Construir consenso y obtener el compromiso de los empleados.
- Saber aprovechar las reuniones de calibración.
- Apalancar el valor del monitoreo de la información a lo largo de toda la organización.
- Planear sesiones de coaching efectivas, a fin de fomentar tanto las habilidades para el corto plazo como el desarrollo para el largo plazo.
- Reunir todo en un plan de implementación que se pueda llevar a la práctica inmediatamente.

Destinatarios:

Directores, Gerentes y Supervisores de Contact Centers, con responsabilidades de monitoreo, coaching y/o de mejora de la calidad

Contenidos del Seminario:

Día 1

Unidad 1: Una Cultura orientada hacia la Mejora del Desempeño

- Los Desafíos de la Conducción de las Personas
- Cómo Incrementar la Retención
- Los Motivadores Poderosos de Agentes
- La Comunicación

Unidad 2: Cómo Definir las Metas

- Cómo Identificar los Estándares de Desempeño Adecuados
- Cómo Definir la Misión, la Visión y los Valores
- Cómo Determinar las Expectativas de los Clientes
- Cómo Definir y Documentar los Estándares

Unidad 3: Cómo Medir la Realidad

- Cómo Desarrollar un Proceso de Monitoreo Efectivo
- Cómo Seleccionar el Tipo de Monitoreo y su Frecuencia
- Cómo Asegurar la Calidad de los Diferentes Tipos de Contactos
- Una Visión General de la Tecnología del Monitoreo
- Cómo crear el formulario de monitoreo
- Cómo Calificar Escalas y Puntuaciones
- La Calibración

Día 2

Unidad 4: Cómo Alcanzar las Metas

- Mejoras del Proceso
- Cómo Mejorar y Desarrollar Entrenamientos
- Cómo Comunicar la Voz del Cliente
- Cómo Desarrollar un Proceso de Coaching Efectivo
- Beneficios del Coaching Efectivo
- Cómo Hacerse el Tiempo para el Coaching
- Tipos de Coaching
- El Valor del Elogio
- Coaching Correctivo
- La Práctica del Coaching
- Cómo Crear Planes de Desarrollo Individuales

Unidad 5: Estrategia de Implementación

- Cómo Transformar la Teoría en Realidad
- Su Plan de Acción

Beneficios Adicionales de este Seminario

- Acceder a la capacitación más reconocida internacionalmente en la industria de los contact centers, ahora en idioma español.
- Adquirir el conocimiento más actualizado a nivel global.
- Interactuar con instructores certificados, con extensa experiencia en la actividad.
- Obtener un certificado por asistencia y calificar para el Proficiency Test.

 [arriba](#)

Días 10 y 11 de Agosto

Workforce Management: Los Fundamentos y Más *Pronóstico, Dimensionamiento y Programación en el Contact Center*

Descripción del Seminario:

A medida que los contact centers se tornan más complejos, la importancia de "contar con el personal y los recursos de apoyo correctos, en el lugar correcto, en el momento adecuado", se vuelve aún más importante para el éxito. En este seminario de 2 jornadas de duración, usted aprenderá a trabajar sobre conceptos básicos, a fin de crear una cultura de planificación que conduzca hacia una mejora consistente del desempeño, a la vez que utiliza un enfoque práctico de workshop, que da vida a los principios, estimula la participación y genera resultados.

Aquellos que sean novatos en workforce management recibirán los conceptos fundamentales

sobre el tema y un curso acelerado acerca de principios más avanzados. Los profesionales más experimentados, recibirán un curso de repaso acerca de los conceptos fundamentales, antes de continuar con el desarrollo del siguiente nivel de habilidades.

Beneficios:

Usted aprenderá a:

- Mejorar la calidad de los datos históricos
- Utilizar herramientas avanzadas para preparar mejores pronósticos y programas.
- Integrar las necesidades de dotación de personal para otros canales dentro de los programas
- Desarrollar un enfoque de dotación de personal escalonado, que mejore la eficiencia y la moral
- Crear un plan para "reaccionar por adelantado".
- Rendir cuenta del impacto de los esquemas de enrutamiento avanzados
- Prepararse para el futuro, mediante modelos de largo plazo
- Incrementar el valor para su organización, a través de:
 - o El Incremento de la exactitud de los pronósticos
 - o Una preparación más efectiva para el planeamiento y la elaboración de presupuestos de largo plazo
 - o La reducción del caos en el centro
 - o La mejora consistente de los resultados operativos
 - o La generación de niveles de satisfacción de empleados y de clientes más elevados.

Destinatarios:

Workforce Managers que necesiten actualizarse en técnicas de planificación de fuerza laboral comprobadas.

Contenidos del Seminario:

Día 1:

- Workforce Management (WFM) en el mundo hoy
- Presentación del Caso de Estudio
- Diferencias en el WFM de Largo, Mediano y Corto Plazo
- Limpieza de Datos de Largo Plazo
- Ajustes por Abandonos y Ocupados
- Estimando la Demanda Verdadera
- Cómo calcular la Tasa de Reintentos de Llamado
- Efectos Calendarios: cómo superarlos
- Segmentando el Volumen de Llamadas por Motivos
- Enfoques de Pronóstico Estadístico
- Pronóstico Histórico: Cómo se Hace
- Pronóstico Impulsado por Eventos
- Pronosticando Eventos Complejos
- Pronosticando con Sistemas de WFM: Pros y Contras
- Softwares Comerciales de Pronóstico: Pros y Contras
- Usando un Software Comercial
- Usando Pronóstico por Criterio
- Determinando la Dotación de Personal para el Presupuesto
- El Balance Carga de Trabajo/Capacidad
- Modelos de Dotación
- Simulación por Computadora: Pros y Contras

Día 2:

- Diferencias de limpieza de datos para el Mediano Plazo y el Corto Plazo
- Uso de los Modos o Status Telefónicos
- Pronosticando el Corto y Mediano Plazo
- Definiendo las Variaciones del Tiempo Medio de Transacción (AHT)
- Ajustes de AHT
- Dotando de Personal para el Corto y Mediano Plazo
- Prácticas de Determinación de la Dotación que Reducen la Eficiencia
- Prácticas de Determinación de la Dotación que Reducen la Satisfacción del Empleado
- Análisis Básico de la Programación
- Programación por Niveles: Teniendo en Cuenta las Variaciones
- El Proceso de Poner Dotación para E-mail
- Análisis de la Tasa de Gestión de E-mails
- Gestión en Tiempo Real
- ¿Cuándo Reaccionar?
- Estableciendo Umbrales de Reacción
- Midiendo la Exactitud del Pronóstico
- Minimizando la Variación del Pronóstico
- Identificando Causas de Resultados Insuficientes

 [arriba](#)

Día 8 de Septiembre:

Aprovechando el Poder del Contact Center para Incrementar las Ventas

Descripción del Seminario:

Este seminario de día completo permite descubrir las mejores prácticas que harán que su Contact Center de servicio al cliente se convierta en una poderosa herramienta de generación de ingresos o si se trata de un Contact Center de venta, le permitirá descubrir claves que le permitirán aumentar aún más la performance.

A través de este seminario, usted podrá:

- Encontrar formas adicionales de generar ingresos
- Aumentar la motivación de su equipo
- Mejorar los procesos de selección de personal adecuado
- Aumentar la efectividad en el cierre de ventas
- Construir un tablero de control apropiado
- Consolidar la gestión de los mandos medios

Destinatarios:

Niveles medios y superiores dentro de la estructura del Contact Center y de áreas de Marketing, Comercial y todo aquel involucrado en aumentar los ingresos de la empresa.

Contenidos:

El Contact Center: Una poderosa Herramienta

- ¿Qué rol juega el Contact Center en su empresa?

- Cómo integrarlo al resto de las áreas generadoras de ingresos
- Dónde encontrar los ingresos escondidos

Cómo Superar los Obstáculos Habituales

- Obstáculos en los agentes
- Obstáculos en la organización
- Obstáculos en los procesos

El Equipo Humano Necesario

- Selección
- Entrenamiento
- Coaching
- Motivación
- Retención
- Sistemas de incentivos

Cierre Efectivo de Ventas

- Estilo para cerrar ventas en un call center de servicio al cliente
- El Guión o Script adecuado
- Formas posibles
- Cómo manejar las diferencias entre agentes

Seguimiento y Control

- Tablero de control con indicadores clave
- Consistencia de las métricas

 [arriba](#)

Días 5 y 6 de Octubre:

Workshop Ejecutivo en Planeamiento Estratégico del Contact Center *Executive Workshop on Contact Center Strategic Planning*

Descripción del Seminario:

Este workshop de alto nivel le brindará la información y la dirección necesarias para gestionar los cambios en las relaciones con los clientes, impulsados por el entorno actual de múltiples canales. Al finalizar el mismo, usted será un líder aún más fuerte, con la capacidad de desarrollar una estrategia de contacto con el cliente nueva, actualizada, que conduzca al valor y al reconocimiento.

Beneficios:

Usted aprenderá a:

- Desarrollar una estrategia de acceso de clientes comprensiva.
- Integrar múltiples canales de contacto con el cliente.
- Definir y mejorar el retorno sobre la inversión del contact center.
- Alinear a las personas, a los procesos y a las tecnologías, con una visión única
- Establecer prioridades y planes de desarrollo.
- Construir un caso sólido para las inversiones que sean necesarias.

- Inspirar la lealtad de los clientes.
- Mejorar el valor estratégico de su organización.
- Implementar un proceso de planeamiento estratégico sólido.
- Realzar sus habilidades de liderazgo.
- Aplicar las lecciones de los mejores contact centers de atención al cliente del mundo.
- Intercambiar ideas con una red de Gerentes y Directores.

Destinatarios:

Directores, Vicepresidentes y Gerentes, con responsabilidades de liderazgo, de presupuestos y estratégicas.

Contenidos del Seminario:

Parte 1: La Entrega de Servicios en el Entorno Actual

Módulo 1: Cómo Establecer una Visión Compartida

- Cómo Crear una Visión y Misión Compartidas
- Cómo Definir las Expectativas de los Clientes y de la Organización
- Cómo Establecer y Comunicar el Valor Estratégico del Contact Center

Módulo 2: Cómo Configurar la Estrategia de Apoyo

- Cómo Desarrollar una Estrategia de Acceso de Clientes Comprensiva
- Cómo Manejar las Expectativas de los Partícipes Sociales
- Cómo Asegurar la Alineación y el Apoyo de las Personas, de los Procesos y de las Iniciativas Tecnológicas.

Parte 2: Cómo Transformar la Visión en Realidad

Módulo 3: Cómo Construir Habilidades, Conocimiento y Líderes

- Los Principios de la Estructura Organizacional
- Objetivos y Estándares de Desempeño
- Cómo Medir y Manejar la Satisfacción de los Empleados
- Estrategias de Comunicación de Funcionalidad Recíproca

Módulo 4: Cómo Implementar Planes y Procesos Funcionales

- Métricas Funcionales
- Informes de Desempeño
- Gestión de las Operaciones

Módulo 5: Cómo Establecer Tecnologías de Desarrollo

- Estrategias Tecnológicas
- Cómo Identificar las Necesidades Tecnológicas
- Cómo Construir el caso Empresarial
- Cómo Asociarse con la TI (Tecnología de la Información)

Módulo 6: Cómo Hacer la Inversión Precisa

- Cómo Construir un Proceso de Preparación de Presupuesto Efectivo
- Cómo Establecer Modelos de RSI Adecuados

Parte 3: La Innovación en la Nueva Era

Módulo 7: Cómo Innovar y Alinear

- Cómo Anticiparse y Satisfacer las Expectativas del Cliente
- Procesos de Mejora Continua

 [arriba](#)

Día 2 de Noviembre:

Cómo Medir y Mejorar los Costos de un Contact Center

Descripción del Seminario:

Seminario de una jornada completa de duración en el que los participantes podrán conocer la metodología apropiada para medir los costos de su contact center e identificar los puntos clave por donde comenzar un plan de mejora de los mismos.

Beneficios:

A través de este seminario, usted podrá:

- Entender los principios de costo aplicados al Contact center
- Identificar y clasificar los distintos tipos de costos
- Aprender a calcular los costos de su contact center
- Construir una cultura de control de gestión
- Identificar iniciativas para mejorar sus costos
- Determinar cómo impactan económicamente las decisiones típicas
- Analizar las consecuencias de posibles acciones de reducción
- Calcular los costos por llamada

Destinatarios:

Niveles medios y superiores dentro de la estructura del Contact Center y de áreas administrativas, presupuestarias, financieras y de dirección de la empresa; líderes de proyectos, inversionistas y todo aquel que necesite evaluar los costos de la gestión de un contact center.

Contenidos:

Cálculo del Costo de en un Contact Center

- La problemática de los costos del contact center en tiempos difíciles
- Definición de costo en el contexto del contact center
- Costo por llamada/contacto
- Conceptos clave para el cálculo
- Claves para facilitar el análisis de costos
- Claves para gestionar costos

Tipos de costos

- Flujos externos e internos de costos
- Modelo de distribución de costos estructurales
- Comportamiento de costos semivARIABLES
- Comportamiento de costos semifijos

- Incidencia de los costos fijos
- Los costos de estructura en exceso
- Los costos de la estructura aleatoria
- Los costos de la estructura improductiva

Reducción de costos en un contact center

- Decisiones operativas, tácticas y estratégicas
- Formas de reducción de costos
- Modificación de la Estrategia de Atención
- Acciones con relación a los Recursos Humanos
- Costos de RR.HH. y costos de línea
- Caso de los 0800
- Rediseño de grupos de atención
- Rediseño de turnos
- Reducción de tiempos de transacción
- Cambios en procesos
- Reducción de tráfico
- Reducción a través de la tecnología
- Reducción de la infraestructura

Costo de una llamada

- Distintos costos para distintos objetivos
- Criterio tradicional de cálculo
- Criterio Evaluativo de gestión
- Control de Gestión en un CC
- Costo de un FTE
- Break-even en CC generadores de ingresos

▲ [arriba](#)

Día 3 de Noviembre:

Finanzas Esenciales para el CC

▲ [arriba](#)

▲ **Oradores:**

.. . . .



Eduardo Laveglia

Consultor en Marketing y Profesor Universitario. Ingeniero (Universidad de Buenos Aires.) y Master en Dirección de Empresas (Universidad del Salvador-Universidad de Deusto-España). Socio Fundador y Director Ejecutivo de Proaxion, Director del MBA in Marketing de la Universidad del Salvador (USAL) y la State University of New York (SUNY), Director de la Licenciatura en Comercialización, USAL. Profesor de Marketing de Servicios tanto en la carrera de grado como en el Master.

Conferencista tanto en el país como en el exterior. Autor de diversos artículos relacionados con Marketing de Servicios, Calidad de Servicio, Atención al cliente, Fidelización de Clientes, Call y Contact Centers, Marketing 1 a 1 y CRM, temas que son de su especialidad.

Certified Associate del International Customer Management Institute (ICMI) (USA), para el dictado de sus cursos.



Daniel Iglesias

Daniel es Ingeniero Electrónico y posee un MBA en Dirección de Empresas. Desde el año 1997, ha sido responsable de la compra y desarrollo de productos y servicios de telecomunicaciones dentro del mercado de Latinoamérica, implementando estrategias de marketing para productos de compañías norteamericanas y europeas. Se desempeñó en Tevycom, Teleglobe y Etek y representó a compañías tales como Lucent, Ascend y Avaya. Durante los últimos tres años, se ha desempeñado como Gerente de Proyectos en Proaxion.

Además de su experiencia profesional, Daniel es Certified Associate de ICMI y cuenta con una importante trayectoria académica. Actualmente, es Profesor Titular de las Materias "Plan de Negocios" y "Dirección de Marketing" en la Universidad del Salvador.



Juan Manuel Fontanals

Consultor Asociado de Proaxion. Es Licenciado en Administración con Orientación en Comercialización. Tiene una extensa experiencia como Consultor y Capacitador de grandes empresas como Automóvil Club Argentino, Ausol, Autopistas al Sur, EDET, Multicanal, Nextel, Telefónica, Ciudad Internet, Previsol AFJP, La Caja Seguros, Fundación Guttenberg, Hidrobronz, Telecel (Paraguay), Ford Argentina, Las Leñas, entre otras.

En el ámbito académico fue Docente de la asignatura "Comercialización" en la U.B., ha dictado cursos de "Marketing" y "Marketing Avanzado". en la U.B.A. Es Titular de las asignaturas "Política de Negocios" y "Marketing estratégico" en la Maestría Política de Negocios USAL. Es Titular de la asignatura "Marketing Hotelero" ICYT Además es Practitioner en Programación Neurolingüística.



Juan Pablo Díaz Peling

Consultor Asociado de Proaxion. Consultor de procesos de análisis de carteras y gestión de cobranzas. Se desempeña hace más de 10 años en el mercado de cobranzas. Ha liderado la Gerencia de Cobranzas y Atención al Cliente en Banco Privado de Inversiones.

Se ha desempeñado también en el Departamento de Recupero de individuos de Banco Galicia, desarrollando nuevos procesos y controlando los niveles de calidad de la gestión de cobranzas.

Ha brindado numerosos cursos de capacitación en Gestión de Cobranzas en distintos Bancos y empresas de servicios. Su experiencia se basa especialmente en la gestión, manejo de estrategias y herramientas de control para carteras en mora.



Roberto Carro

Roberto es Contador Público Nacional egresado de la Universidad de Buenos Aires. Posee un Master en Dirección de Empresas otorgado por la Universidad del Salvador- Universidad de Deusto, España. Actualmente, se encuentra realizando el Doctorado en Ciencias Económicas en la UBA, con especialidad en costos, Gerenciamiento y Control de Gestión por objetivos.

Dentro de su actuación profesional, se ha desempeñado en empresas tales como Fiat Concord, Sasetru Alimentos Argentinos y la Banca Nazionale del Lavoro, donde ocupó cargos como Jefe de Contabilidad y Balances, Gerente de Administración y Gerente de Nuevos Proyectos. También se ha desempeñado como Asesor Económico de la comisión Pyme en el Senado de la Nación, y como Director de Auditoría Interna.

Además, posee una amplia trayectoria académica. Desde el año 1992, se desempeña como Profesor Titular de la asignatura "Elementos de Costos" en la Universidad Nacional de la Matanza y es docente investigador de la CONEAU. Ha dictado numerosos programas de capacitación empresariales. Actualmente, se encuentra dictando las asignaturas "Costos de Servicios" y "Planeamiento y Control de Gestión" en el Programa de Gerenciamiento Profesional de Servicios para Ford Argentina. Ha escrito numerosos libros sobre su especialidad y ha dictado múltiples conferencias en Congresos y Eventos en Argentina y en el exterior.

▲ [arriba](#)

▲ Lugar de Dictado:



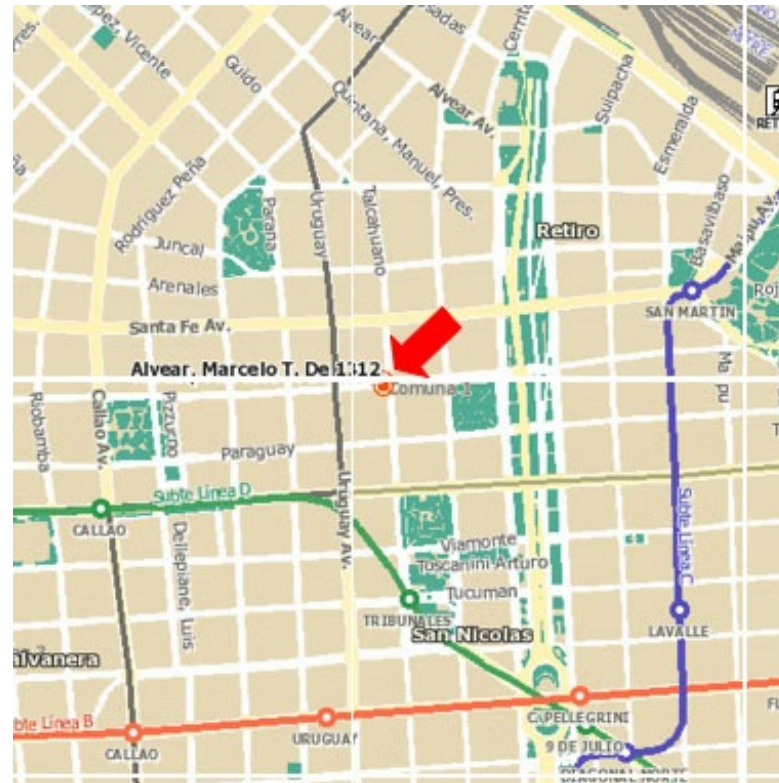
Ubicación de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Salvador:

Marcelo T. de Alvear 1312 Piso 3º C1058AAV Ciudad Autónoma de



Buenos Aires - Argentina

Mapa de las calles que rodean a la Universidad:



▲ arriba

▲ Precios:

		Track	Duración del Seminario	Precio
1	Midiendo la Efectividad del Contact Center (CC)	Operations	1 día	\$ 1575
2	Coaching en el Contact Center	People	1 día	\$ 1575

3	Monitoreo y Coaching para la Mejora del CC	People	2 días	\$ 2725
4	Aprovechando el Poder del Contact Center para Gestiones de Cobranza	Strategy	1 día	\$ 1575
5	Habilidades y Conocimientos Esenciales para la Gestión Efectiva del CC	Operations	2 días	\$ 2725
6	Aprovechando el Poder del Contact Center para Incrementar las Ventas	Strategy	1 día	\$ 1575
7	Workshop Ejecutivo en Planeamiento Estratégico del CC	Strategy	2 días	\$ 2725
8	Workforce Management: Los Fundamentos y Más	Operations	2 días	\$ 2725
9	Cómo Medir y Mejorar los Costos de un Contact Center	Strategy	1 día	\$ 1575

Los precios anteriormente mencionados no incluyen IVA.

Descuentos por Track completo	%
Strategy	25%
Operations	15%
People	10%

Descuentos por Grupo (4 o más personas)	20%
------------------------------------------------	------------

Inscripción anticipada 12% (hasta 30 días antes)	12%
---------------------------------------------------------	------------

LOS DESCUENTOS SON ACUMULATIVOS!!!

Se puede alcanzar hasta un 53% de descuento!!!!

INSCRIBIRSE

 [arriba](#)

