Struttura del Master:

- Il master ha durata di 7 giornate nell'arco di 6 mesi a partire da novembre 2011.
- Ha formato modulare. Possono cioè essere frequentati anche i singoli moduli.
- La metodologia didattica è di tipo attiva e sarà richiesto un forte coinvolgimento da parte dei discenti nella costruzione dei percorsi formativi applicati.
- Si prevedono esercitazioni individuali, di gruppo, simulazioni, project work, testimonianze, casi.
- Il percorso del master sarà personalizzato in funzione dei partecipanti e delle informazioni preliminari che raccoglieremo attraverso un accurato audit.

I moduli didattici saranno i seguenti:

- ***Operations***
- ***Project Management***
- ***Focus sul Care e sull'assistenza***
- ***Focus sulla Vendita (dalla retention alla vendita di servizi)***
- ***Change Management***

Tutti i moduli saranno tenuti da esperti del settore Call Center.

È prevista la presenza di tutors organizzativi e didattici che attraverso la modalità e-learning, seguiranno tutto il corso fungendo da referenti per i partecipanti; ogni partecipante al corso sarà infatti iscritto ad una piattaforma e-learning, grazie alla quale potrà mettersi in contatto con il tutor e gli altri partecipanti al corso in qualsiasi momento e dove troverà inoltre numerosi materiali di approfondimento.

Il programma

1. Operations – 2 giornate

- Le variabili da considerare per la strategia in un servizio clienti
- Modello per check up
- Analisi degli elementi strategici
- Analisi dei processi
- Il Planning e le teorie dei numeri e della pianificazione i Modelli di Attività
- In house e Outsourcing
- Case Study
- La connessione con le persone

Obiettivo: disegnare il modello di riferimento e impostare le competenze da governare per ottenere un Servizio Clienti efficace ed efficiente

2. Project management – 1 giornata

- Come impostare un progetto di start up
- Come impostare un progetto di revisione di Call Center
- Le valutazioni economiche
- La scelta dei fornitori (tecnologici, outsourcing, HR,…)
- Matrice priorità-urgenza

Obiettivo: fornire strumenti pratici per la gestione della matrice priorità – urgenza nella pratica quotidiana. Quanti team leader oggi faticano ad affiancare i propri operatori pur sapendo quanto questa azione sia fondamentale?

3. Focus sul Care e sull' Assistenza – 1 giornata

- Obiettivi del servizio: come definirli
- SLA e KPI
- Customer satisfaction: cosa è e come si misura
- La tecnologia a supporto – CRM e Social Network
- Cosa vogliono i clienti
- Case Study

Obiettivo: fornire, dopo la visione generale dei moduli precedenti, le variabili e gli strumenti fondamentali per lavorare sulla qualità della risposta e l'effciienza economica

4. Focus sulla Vendita – 1 giornata

- Obiettivi del servizio: come definirli
- i principi teorici della vendita
- SLA e KPI - Customer Quality
- Privacy e Registro delle Opposizioni
- Case study

Obiettivo: fornire, dopo la visione generale, i presupposti fondamentali della Vendita sia in termini di impostazione commerciale sia in termini organizzativi.

5. Change Management

- Cosa si intende per cambiamento
- La curva di Kubler – Ross
- Il modello di Kotter
- Case Study

Obiettivo: dare degli strumenti pratici, riferiti ad un modello teorico di fama mondiale, per la gestione del cambiamento, sia organizzativo sia di mercato.

6. Giornata finale (solo per gli iscritti a tutto il percorso) – 1 giornata

- Presentazione dei Project Work dei partecipanti

Obiettivo: concludere il percorso con la valorizzazione pratica di un progetto professionale per l'azienda, valutato e supportato da RisorseCallCenter.

Calendario

Modulo	Date	orari
Operations	28 e 29 novembre	9,00-17,00
Project Management	16 dicembre	9,00-17,00
Focus sul Care e sull'Assistenza	27 febbraio	9,00-17,00
Focus sulla Vendita	19 marzo	9,00-17,00
Change management	9 aprile	9,00-17,00
Giornata conclusiva *	14 maggio	9,00-17,00

* La giornata conclusiva è solo per i partecipanti all'intero percorso, che svolgeranno un project work che verrà presentato e discusso in tale sessione.

La sede degli incontri è Milano.

Costo:

Per Modulo	Non iscritti CMMC (€)	Iscritti CMMC (€)
Operations	1175	940
Project Management	585	470
Focus su Care e Assistenza	585	470
Focus su Vendita	585	470
Change Management	585	470
Percorso totale (4 moduli + giornata conclusiva)	3700	2961

N.B: prezzi non inclusi di IVA

Modalità di iscrizione:

Comunicare la propria adesione via mail a: formazione@risorsecallcenter.com indicando i propri dati anagrafici e di fatturazione, verrà così inviato il modulo di iscrizione, da compilare e rispedire insieme alla ricevuta di avvenuto bonifico bancario.

Per informazioni rivolgersi a:
Risorse *callcenter*
Bastioni di Porta Volta, 11
20121 Milano
Tel +39 02 62912386
www.risorsecallcenter.com
formazione@risorsecallcenter.com

Tra i relatori:

Marcella Campi – Divisional Manager – Partner Risorse Callcenter.

Massimo Soriani Bellavista – Amministratore Delegato - Risorse Callcenter

Valentina Serri – Partner Risorse Callcenter

Esponenti di spicco di Aziende di riferimento in Italia, fra i quali:

- Daniela Klun – Head of Consumer relationship - ***Altroconsumo***
- Fabio Marra – Customer Care VP – ***Tre Italia***
- Liza Mazenga – Director Customer Care – ***QVC Italia***
- Adriana Quaglia – Customer Interaction Manager - ***Fiat SpA***
- Stefano Valsecchi – Senior Business Analyst – ***Sky Italia***
- Testimonianza ***-Data Contact***

Master in "Management dei Call e Contact Center"

Introduzione:
Il percorso formativo ha l'obiettivo di costruire un modello di riferimento teorico e pratico per le professionalità manageriali all'interno dei Call e Contact Center.

Obiettivi:

Le persone sono in Call Center la chiave del successo nella relazione di cura e vendita verso i propri clienti. Se la selezione di ogni singolo operatore ha una rilevanza significativa, i leader del Call Center (Team Leader, Supervisor, Manager) incidono con i loro comportamenti sui **risultati**, attraverso l'esempio, la capacità di dirigere verso l'**obiettivo** e la **motivazione**.

L'obiettivo del Master è proprio quello di **fornire strumenti e competenze** che consentano, potenziando la leadership e la competenza di chi gestisce, di raggiungere gli obiettivi di Call Center, garantendo **efficienza economica** e **soddisfazione nei Clienti**, aumentando le **prospettive** con cui si guarda la relazione con i Clienti e con gli operatori di Call Center.

Destinatari:
Tutti coloro che, operando in un Call Center, ritengono di dover sviluppare, per la propria crescita professionale e per quella del proprio team, le competenze relative alla gestione dei Call Center, sia nei processi e numeri sia nella gestione delle persone.

- Direttori e Responsabili di Call center e di Sito
- Site manager
- Call Center Manager
- Supervisor
- Staff di CC (Planning, analisti di Processo e di Customer Intelligence)