

ORGANIZATOR:



CALL CENTER

LUDZIE - NARZĘDZIA - METODY



UDZIAŁ POZWOLI PAŃSTWU:

- prawidłowo wyznaczać cele dla Call Center
- obiektywnie ocenić przydatność nowych koncepcji,
- skutecznie osiągać zamierzoną wydajność Call Center,
- podnieść jakość decyzji opartych o lepsze informacje zarządcze,
- ograniczyć wystąpienia sytuacji awaryjnych,
- precyzyjnie określać koszty nowych projektów w Call Center
- znaleźć optymalne rozwiązania organizacyjne w swoich Call Center,
- skutecznie prognozować.

14 KWIETNIA 2011 • HOTEL BELWEDER • WARSZAWA

ZAPROSZENI PATRONI MEDIALNI:



CALL CENTER

LUDZIE – NARZĘDZIA – METODY

14 KWIECZNIA 2011 • HOTEL BELWEDER • WARSZAWA

Konferencja ma na celu pokazanie, że **rosnąca konkurencja i wzrost gospodarczy** prowadzą do coraz częstszego adresowania oferty do klienta masowego co powoduje rozbudowę specjalnych komórek w firmach pełniących rolę Call Center, czy Contact Center. Rozwija to rynek nowych **trendów technologicznych, sposobów zarządzania i motywowania pracowników** oraz procesów biznesowych wspierających **funkcjonowanie CC**. Coraz więcej firm ma dylematy, czy budować własny CC, czy też zdać się na outsourcing ?

Na to i wiele innych pytań zamierzamy odpowiedzieć podczas konferencji „**Call Center – ludzie – narzędzia – metody**”. Dlatego zaprosiliśmy praktyków – menadżerów działających na co dzień w CC oraz firmy które pokażą najnowsze rozważania w tym zagadnieniu. Tematyka konferencji łączy zagadnienia perspektywy biznesowej z technologiczną. Główne korzyści to uzyskanie pełnej świadomości złożonych zależności zachodzących w Call Center i umiejętność samodzielnego rozwiązywania złożonych problemów związanych z pracą Call Center.

PRELEKCJE POTWIERDZIŁY NASTĘPUJĄCE FIRMY:

1. Masterplan
2. Instytut Outsourcingu
3. Telekomunikacja Polska
4. Unima 2000 Systemy Teleinformatyczne S.A
5. Call Center Poland SA - Internet Group,
6. Data Contact Sp. z o.o.
7. OtherWise

„Biznes każdej firmy zaczyna się i kończy na dogłębnej analizie liczb. Niezależnie od tego, czym dana firma się zajmuje, jeżeli [...] podejmuje decyzje oparte na powierzchownych informacjach lub intuicji, w ostatecznym rozrachunku zapłaci za to wysoką cenę.”

Bill Gates

KTO POWINIEN WZIĄĆ UDZIAŁ:

- Przedsiębiorcy i członkowie zarządów firm planujących stworzenie działów telefonicznych kontaktów z klientami
- Menadżerowie planujący znacząco usprawnić pracę firmowego Call Center
- Szefowie działów telefonicznych kontaktów z klientami
- Dyrektorzy, Kierownicy i Menadżerowie firm, odpowiedzialni za relacje z klientem bądź kontrahentem
- Dyrektorzy marketingu, sprzedaży, komunikacji
- Osoby odpowiedzialne za profesjonalną obsługę klienta
- Dyrektorzy i Kierownicy Contact/Call Center
- Kadra zarządzająca odpowiedzialna za strategię sprzedażową oraz ich wielopłaszczyznową realizację i analizę
- Menadżerowie zajmujący się posprzedażową i pogwarancyjną obsługą Klienta
- Pracownicy odpowiedzialni za relacje z „trudnym” klientem: management pionu reklamacji oraz windykacji.

PRELEGENCI



Wojciech Glijer
Kierownik Zespołu Projektów Informatycznych Unima 2000 Systemy Teleinformatyczne S.A.



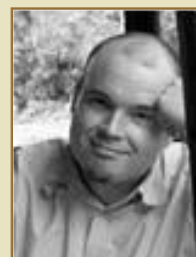
Aneta Michalkowicz
ekspert Wiceprezes Zarządu Call One S.A.



Michał Sawicki
Specjalizuje się w organizacji Call Center



Michał Bruszewski
Kierownik Wydziału Monitoringu i Analiz Jakości, Departament Zarządzania Contact Center, Orange Customer Service Sp. z o.o.



Rafał Jarosz
ekspert proceo|consulting group oraz KlinikaCallCenter.pl



Cezary Lewiński
pełnomocnik zarządu holdingu, prezesa Call Center ContactPoint i Call Connect.

CALL CENTER

LUDZIE – NARZĘDZIA – METODY

14 KWIETNIA 2011 • HOTEL BELWEDER • WARSZAWA

PROGRAM

9.00-9.30 Rejestracja

9.30-10.15 Jak sprzedać żyłkę przez telefon?

Sprzedaż przez telefon to praca pełna wyzwania. Nasylenie rynku ofertami telefonicznymi jest tak ogromne, że potencjalni Klienci nie zawsze chcą wysłuchać propozycji do końca. Jednak coraz więcej firm decyduje się właśnie na tę formę sprzedaży. Dlaczego?

- kluczowe zagadnienie - precyzyjne targerty
- zasięg kampanii
- integracja w wielu kanałach komunikacji (reklamy, działania i Internet, e-mailingi i telefon)
- dostosowanie procesów finalizacji sprzedaży i aktywacji Klienta
- źródła baz danych - listy kontaktowe

Institut Outsourcingu

Aneta Michałkiewicz, ekspert, Wiceprezes Zarządu Call One SA

10.15-11.00 Przegląd metod i narzędzi zapewnienia jakości w rozwiniętym Contact Center

- Słuchamy, głosu Klienta' i pokazujemy Doradcy opinię Klienta
- Jak umiejętnie korzystać z tego, co mówi nam Klient?

Telekomunikacja Polska

Michał Bruszewski - Kierownik Wydziału Monitoringu i Analiz Jakości, Departament Zarządzania Contact Center, Orange Customer Service Sp. z o.o

11.00-11.30 PRZERWA KAWOWA

11.30-12.15 EN 15838 - nowej europejskiej normy jakościowej dla Call Center

Masterplan

Marian J. Kostecki

12.15 –13.00 Modelowanie matematyczne jako przygotowanie decyzji operacyjnych.

Na jakiej podstawie podejmowane są decyzje operacyjne w CC? Co leży u podstaw **decyzji o przelogowywaniu konsultantów, udzielaniu przerw, podejmowaniu prób sprzedaży?**

Decyzje operacyjne w CC podejmowane są w tak krótkim czasie, że nie mogą być poprzedzone dogłębną analizą what-if, ale mogą być przygotowane odpowiednie modele wspierające decyzje. Zaprezentowane zostanie podejście i przykłady praktycznego wykorzystania takich modeli w praktyce CC wewnętrznych i outsourcingowych.

OtherWise

Michał Sawicki Specjalizuje się w organizacji Call Center: pomaga w reorganizacji procesów biznesowych, optymalizacji Call Center i doradza przy projektowaniu i wdrażaniu systemów teleinformatycznych

13.00 –14.00 LUNCH

14.00 –14.45 „First Contact Resolution: Klient szczęśliwy, a budżet cały...?”

FCR – hasło wywołujące zawsze burzliwe dyskusje wśród menadżerów. Postrzegany jako kluczowy wskaźnik pozwalający wspierać doskonalenie obszaru operacyjnego, kompetencyjnego jak i technologicznego. Prosta i intuicyjna definicja miary oraz obietnica wielu korzyści – po stronie satysfakcji Klientów i kosztów operacyjnych...
...czyż nie brzmi to wspaniale?

Rafał Jarosz - ekspert, proceolconsulting group oraz KlinikaCallCenter.pl

CALL CENTER

Ludzie – Narzędzia – Metody

14 KWIETNIA 2011 • HOTEL BELWEDER • WARSZAWA

14.45-15.30 Inwestować czy wynająć – case study

Prowadzenie własnego Call Center to wyzwanie organizacyjne, technologiczne i procesowe. Nie zawsze takie rozwiązanie przynosi oczekiwane korzyści. W prezentacji zostanie omówiony przykład migracji własnego Call Center do dostawcy usług, związane z tym wyzwania i procesy.

Jak wygląda obecnie organizacja tej samej działalności u dostawcy usług? Jakie są wymierne (finansowe) i niewymierne korzyści tej decyzji? Ile można oszczędzić, korzystając z know-how i technologii dostawcy?

Porównanie zalet i wad Call Center prowadzonego wewnątrz organizacji i w outsourcingu na przykładzie klienta z branży finansowej.

Call Center Poland S.A. – Internet Group,
Cezary Lewiński pełnomocnik zarządu holdingu, prezesa Call Center ContactPoint i Call Connect

15.30-16.15 Jedna platforma – wiele zastosowań

Jak zapewnić najwyższą jakość obsługi oraz wzrost sprzedaży przy użyciu jednego rozwiązania.

Podczas prezentacji zaprezentowane zostaną metody:

- błyskawicznego przygotowywania
- konfigurowania kampanii sprzedażowych
- infolini bez udziału wykwalifikowanych specjalistów IT.

Zwrócimy również uwagę na wzrost znaczenia innych kanałów komunikacyjnych takich jak chat, sms oraz email. Zaprezentujemy na żywo możliwości systemu monitorującego pracę agentów oraz sposoby obsługi kanału chat. Ważnym punktem prezentacji będzie przedstawienie zintegrowanego systemu CCRM wspierającego prace Contact Center w zakresie zarządzania relacjami z klientami oraz wspomagającego procesy WorkFlow”

Unima 2000 Systemy Teleinformatyczne S.A.
Wojciech Glijer
Kierownik Zespołu Projektów Informatycznych

„Jeżeli istnieje jakiś jeden sekret sukcesu, to jest to umiejętność przyjmowania cudzego punktu widzenia i patrzenia z tej perspektywy z równą łatwością jak z własnej.”

- Henry Ford

ZGŁOŚ SIĘ JUŻ DZIŚ !!!

SZCZEGÓŁY:

Monika Stążecka

Koordynator ds. Sprzedaży

Top Consulting Conferenes & Trainings S.A.

tel: +4822 460 51 31

fax: +4822 460 51 29

mstazecka@tcct.pl || www.tcct.pl