

ConCert - CCP ® Certified Customercare Professional

Syllabus area customer care/help desk

Indice degli argomenti

1. Modulo 1 – Customer Care/Help Desk	2
1.1. Servizi e tecnologie.....	2
1.1.1. Call Center	2
1.1.2. Servizi	2
1.1.3. Tecnologie	2
1.1.4. Media e Comunicazione	2
1.2. Conoscenze di base.....	2
1.2.1. Elementi di comunicazione.....	2
1.2.2. Tecniche di comunicazione	3
1.2.3. Focalizzazione sul cliente	3
1.3. Gestione della conversazione telefonica.....	4
1.3.1. Elementi della conversazione telefonica	4
1.3.2. Accoglienza	4
1.3.3. Accettazione del mandato.....	4
1.3.4. Gestione della richiesta.....	4
1.3.5. Conclusione	4
1.3.6. Congedo.....	4
1.3.7. Chiusura del caso.....	4
1.4. Gestione dell’interlocutore	5
1.4.1. Modalità di relazione	5
1.5. La comunicazione asincrona.....	5
1.5.1. Gestione delle lettere	5
1.5.2. Gestione delle e-mail	5
1.6. La gestione dei dati.....	5
1.6.1. Raccolta e memorizzazione dei dati	5
1.6.2. Liste e database di nominativi	5
1.7. Regole etiche	6
1.7.1. Riservatezza e privacy	6
1.7.2. Sicurezza delle informazioni	6
1.8. Ambiente di lavoro	6
1.8.1. Salute	6

1. Modulo 1 – Customer Care/Help Desk

Sezione	Tema	Item	Argomento
1.1. Servizi e tecnologie	1.1.1. Call Center	1.1.1.1.	Sapere cosa è un Call Center
		1.1.1.2.	Conoscere gli obiettivi di un call Center (quali gestione clienti, emergenze e servizi pubblici, ...)
		1.1.1.3.	Conoscere le principali figure professionali di un Call Center (quali operatore, supervisore, ...) e i relativi compiti
	1.1.2. Servizi	1.1.2.1.	Conoscere i servizi tipici di un Call Center (quali customer care, sondaggi, informazioni commerciali, ...)
		1.1.2.2.	Conoscere le caratteristiche tipiche dei servizi inbound e outbound
		1.1.2.3.	Conoscere le principali modalità di addebito dei costi telefonici della chiamata (quali numero verde, addebiti ripartiti, ...)
		1.1.2.4.	Conoscere il concetto di servizio a valore aggiunto (VAS) e le principali modalità di addebito (quali numeri a tariffazione specifica, addebito a importo prefissato, ...)
	1.1.3. Tecnologie	1.1.3.1.	Conoscere i principali strumenti del posto operatore (quali personal computer, telefono, cuffie, ...)
		1.1.3.2.	Conoscere i principali sistemi di accoglienza e distribuzione chiamate (quali ACD, IVR, ...)
		1.1.3.3.	Comprendere cosa è un sistema di CRM
		1.1.3.4.	Conoscere i principali strumenti che si appoggiano su Internet (motori di ricerca, posta elettronica, forum, chat)
		1.1.4. Media e Comunicazione	1.1.4.1.
	1.1.4.2.		Conoscere le principali modalità di comunicazione asincrona (quali lettera, fax, e-mail, form, sms, call back, ...)
	1.1.4.3.		Conoscere le principali modalità di comunicazione sincrona (quali conversazione telefonica, video comunicazione, chat, ...)
	1.1.4.4.		Essere consapevoli delle differenze di linguaggio utilizzate nelle diverse tipologie di comunicazione
	1.1.4.5.		Essere consapevoli delle differenti aspettative sui tempi di risposta nelle diverse tipologie di comunicazione
1.2. Conoscenze di base	1.2.1. Elementi di comunicazione	1.2.1.1.	Conoscere le principali categorie di interlocutori (clienti, prospects, consumatori, cittadini)
		1.2.1.2.	Conoscere gli elementi individuali che influenzano la comunicazione telefonica: stile, atteggiamento, voce, capacità di ascolto, empatia
		1.2.1.3.	Essere consapevoli dei fattori non verbali percepiti dall'interlocutore durante la comunicazione telefonica (quali sorriso, postura, ...)

Sezione	Tema	Item	Argomento
		1.2.1.4.	Essere consapevoli dell'importanza dell'uniformità di risposta di un Call Center indipendentemente dell'interlocutore, dalla sua collocazione geografica e dall'operatore che risponde (chiarezza, cortesia, uniformità)
		1.2.1.5.	Essere consapevoli delle differenze di terminologia, stile e atteggiamento utilizzate con i diversi interlocutori (cliente potenziale, cliente acquisito)
		1.2.1.6.	Essere consapevoli delle influenze esercitate sulle modalità di comunicazione dalle caratteristiche socio-demografiche dell'interlocutore (fasce di età, sesso, reddito, gruppo sociale)
		1.2.1.7.	Essere consapevoli delle differenze espressive e di comunicazione da utilizzare con diverse tipologie di interlocutori (non competente, esperto, appassionato)
		1.2.1.8.	Conoscere le principali motivazioni di chiamata (quali aiuto, consulenza, informazione, reclami, ...)
		1.2.1.9.	Essere consapevoli della influenza esercitata sulle modalità di comunicazione conseguente alle differenti aspettative da parte di interlocutori con diverse motivazioni di chiamata
		1.2.1.10.	Conoscere gli elementi della voce che influenzano la comunicazione telefonica: volume, tono, intensità, ritmo, inflessione, confidenzialità
	1.2.2. <i>Tecniche di comunicazione</i>	1.2.2.1.	Conoscere le differenze di aspettative e di percezione da parte del cliente in base alla tipologia di prodotto oggetto del servizio (quale: prodotto di consumo e prodotto durevole, prodotto fisico e informazioni, ...)
		1.2.2.2.	Conoscere le differenze di aspettative e di percezione da parte del cliente in base alle modalità di commercializzazione del prodotto/servizio (quali: servizi in inclusione e servizi a pagamento, ...)
		1.2.2.3.	Saper riconoscere la chiamate non pertinenti
		1.2.2.4.	Riconoscere il tipo di comportamento e saper indicare le modalità di gestione di clienti aggressivi, passivi, abitudinari, perfezionista, ...
		1.2.2.5.	Essere consapevoli dell'importanza di definire un obiettivo della conversazione in funzione del servizio e del motivo di chiamata e mantenerlo nel corso della conversazione
		1.2.2.6.	Saper identificare e indicare come gestire le obiezioni
		1.2.2.7.	Saper costruire e utilizzare durante la conversazione domande aperte e domande chiuse
		1.2.2.8.	Guidare la conversazione indirizzando l'interlocutore verso l'obiettivo prefissato
	1.2.3. <i>Focalizzazione sul cliente</i>	1.2.3.1.	Conoscere i concetti di qualità, qualità erogata e qualità percepita
		1.2.3.2.	Conoscere e saper valutare i principali indicatori di qualità di servizio in base anche alle diverse tipologie di servizio
		1.2.3.3.	Conoscere il concetto di customer satisfaction e le principali tecniche di misurazione (quali mystery call, questionario a campione, recall su clienti, ...)

Sezione	Tema	Item	Argomento
1.3. Gestione della conversazione telefonica	<i>1.3.1. Elementi della conversazione telefonica</i>	1.3.1.1.	Conoscere e saper identificare le fasi che compongono una conversazione telefonica (accoglienza, accettazione del mandato, ...)
		1.3.1.2.	Conoscere il significato del termine script
		1.3.1.3.	Conoscere la applicazioni dello script nel Call Center
	<i>1.3.2. Accoglienza</i>	1.3.2.1.	Saper presentare se stessi, il servizio e l'azienda secondo gli standard del mercato
		1.3.2.2.	Saper identificare l'interlocutore in funzione della sua presentazione, delle chiavi di identificazione richieste e dei requisiti del servizio
		1.3.2.3.	Saper identificare la motivazione di chiamata in funzione della presentazione del cliente
	<i>1.3.3. Accettazione del mandato</i>	1.3.3.1.	Essere in grado di comprendere e sintetizzare il mandato affidato dal cliente
		1.3.3.2.	Essere in grado di aver conferma del mandato
	<i>1.3.4. Gestione della richiesta</i>	1.3.4.1.	Essere in grado di analizzare sinteticamente un bisogno o un problema identificandone gli aspetti caratterizzanti
		1.3.4.2.	Essere in grado di ricercare, determinare o elaborare la possibile soluzione
		1.3.4.3.	Saper presentare una soluzione e ottenere l'accordo con l'interlocutore
		1.3.4.4.	Essere consapevoli dell'importanza del concordare la metodologia di soluzione e del definire chiaramente i tempi di attesa e di attuazione
		1.3.4.5.	Essere consapevoli dell'importanza dell'identificare le eccezioni e seguire le procedure aziendali di escalation
		1.3.4.6.	Conoscere limiti e responsabilità nell'erogazione delle informazioni
		1.3.4.7.	Sospendere temporaneamente la conversazione
		1.3.4.8.	Gestire le attese durante la conversazione
		1.3.4.9.	Trasmettere ad altri la gestione del caso
		1.3.4.10.	Fare un passaggio di consegna
		1.3.4.11.	Effettuare un trasferimento di chiamata
		1.3.4.12.	Conoscere le modalità per mantenere l'attenzione dell'interlocutore
	<i>1.3.5. Conclusione</i>	1.3.5.1.	Essere in grado di sintetizzare la soluzione concordata con l'interlocutore
		1.3.5.2.	Essere in grado di aver conferma dell'esecuzione del mandato
	<i>1.3.6. Congedo</i>	1.3.6.1.	Verificare che l'interlocutore non abbia sospesi
		1.3.6.2.	Salutare l'interlocutore personalizzando il rapporto avuto
	<i>1.3.7. Chiusura del caso</i>	1.3.7.1.	Redigere un report sintetico sul caso chiuso

Sezione	Tema	Item	Argomento
		1.3.7.2.	Conoscere l'importanza del memorizzare i contatti con il cliente
		1.3.7.3.	Essere consapevoli delle implicazioni connesse alla mancata registrazione di dati quali perdita di informazioni sul cliente, mancata attuazione della soluzione concordata, ...
		1.3.7.4.	Essere consapevoli dell'importanza del registrare i problemi incontrati
		1.3.7.5.	Essere consapevoli dell'importanza del registrare le eccezioni riscontrate
1.4. Gestione dell'interlocutore	<i>1.4.1. Modalità di relazione</i>	1.4.1.1.	Gestire gli interlocutori difficili
		1.4.1.2.	Separare le sensazioni dall'interlocutore
		1.4.1.3.	Gestire le aspettative non soddisfabili dell'interlocutore
		1.4.1.4.	Adeguare terminologia, stile e atteggiamento utilizzate con i diversi interlocutori
		1.4.1.5.	Gestire lo stress proprio e dell'interlocutore
		1.4.1.6.	Gestire chiamate di disturbo e scherzi
1.5. La comunicazione asincrona	<i>1.5.1. Gestione delle lettere</i>	1.5.1.1.	Sapere identificare la motivazione e l'argomento della lettera
		1.5.1.2.	Essere in grado di categorizzare una lettera in base al mittente, argomento e urgenza
		1.5.1.3.	Essere in grado di comporre una risposta per l'invio di materiale commerciale
		1.5.1.4.	Essere in grado di comporre una risposta per l'invio di materiale tecnico
		1.5.1.5.	Essere in grado di comporre una risposta a un reclamo
	<i>1.5.2. Gestione delle e-mail</i>	1.5.2.1.	Sapere identificare la motivazione e l'argomento della e-mail
		1.5.2.2.	Essere in grado di categorizzare una e-mail in base al mittente, argomento e urgenza
		1.5.2.3.	Essere in grado di comporre una risposta
1.6. La gestione dei dati	<i>1.6.1. Raccolta e memorizzazione dei dati</i>	1.6.1.1.	Conoscere l'importanza delle informazioni sugli interlocutori
		1.6.1.2.	Essere consapevoli dell'esistenza di un database clienti e conoscerne i suoi utilizzi
		1.6.1.3.	Essere consapevoli dell'importanza della storia degli interlocutori e della memorizzazione dei casi
	<i>1.6.2. Liste e database di nominativi</i>	1.6.2.1.	Essere consapevoli dell'esistenza di liste e database di nominativi da chiamare e conoscerne i loro utilizzi
		1.6.2.2.	Conoscere le attività necessarie per l'utilizzo delle liste e database di nominativi da chiamare

Sezione	Tema	Item	Argomento
1.7. Regole etiche	<i>1.7.1. Riservatezza e privacy</i>	1.7.1.1.	Essere consapevoli della legislazione sulla privacy in Italia e conoscerne le principali implicazioni riguardo il soggetto delle informazioni ed il loro trattamento
		1.7.1.2.	Saper distinguere tra soggetto dell'informazione, proprietà dell'informazione e autorizzato al trattamento dell'informazioni
		1.7.1.3.	Essere in grado di distinguere fra informazioni commerciali e dati sensibili
		1.7.1.4.	Essere consapevoli della necessaria riservatezza sulla divulgazione di informazioni, dati, e processi aziendali
	<i>1.7.2. Sicurezza delle informazioni</i>	1.7.2.1.	Comprendere il termine sicurezza delle informazioni e procedure di controllo degli accessi fisici e logici
		1.7.2.2.	Conoscere le regole di base per la gestione degli accessi rispetto alle autorizzazioni e password assegnate. Comprendere il termine diritti di accesso e sapere per quali motivi sono importanti
		1.7.2.3.	Essere consapevoli dell'importanza del seguire le procedure riguardanti la sicurezza informatica e la segnalazione di eventuali incidenti e malfunzionamenti
		1.7.2.4.	Conoscere le possibili implicazioni connesse alla perdita o all'uso improprio di dati e archivi e della necessità di seguire le procedure di archiviazione e back-up dei dati
1.8. Ambiente di lavoro	<i>1.8.1. Salute</i>	1.8.1.1.	Conoscere le principali implicazioni del D.Lgs. 626 "Sicurezza sull'ambiente di lavoro" relative all'attività di Call Center
		1.8.1.2.	Conoscere i principali fattori di rischio associati all'uso dei video terminali e degli apparecchi di comunicazione telefonica (quali luminosità e posizione dello schermo, igiene e volume delle cuffie telefoniche, ...)
		1.8.1.3.	Conoscere i principali fattori di rischio associati ad una scorretta ergonomia del posto di lavoro (quali altezza e disponibilità del piano di appoggio, regolazione della sedia, ...)
		1.8.1.4.	Conoscere le principali precauzioni da adottare per eliminare o limitare le eventuali conseguenze connesse ai principali fattori di rischio associati all'attività di Call Center (quali pause dell'attività diretta a video terminale, igienizzazione del posto di lavoro)