



CMMC DIPLOMA®

“Il ruolo del Supervisore” - Corso di Diploma

Con la partecipazione di

- *Carlo Galimberti, docente Università Cattolica Milano*
- *Vincenzo Russo, docente Iulm Milano*

il supporto di

- *Massimo Soriani Bellavista di Risorse CallCenter*
- *Gianmario Re Sartò di ProVa*

testimonianze formative di

- *Pierluigi Paolillo, Toro Targa Assicurazioni*
- *Massimo Preti, Studio Avv. Preti*

Il corso è destinato a Team Leader e Supervisor che debbono operare in ambienti orientati agli obiettivi, concentrati sulle performances operative e sul mantenimento di risultati e qualità; ma che debbono anche avere doti di leadership, di comunicazione interpersonale e di team building. Il corso fornisce competenze di base (ruolo e gestione) e specifiche (processi di lavoro, comunicazione interna ed esterna, ruoli e compiti di staff) e conoscenze generali (tecnologie, legislative e di economia) e, con la presentazione di una tesi, al termine consegna un diploma di qualificazione professionale attraverso un esame delle competenze acquisite.

Durata: 10 giornate + 1 giornata di esame
Sede: Milano
Periodo: 25 Marzo – 24 Settembre 2004

Argomenti:

1. Competenze di base

- a. Comprensione del ruolo del responsabile 1 GIORNO

Ruolo del responsabile, gerarchia verso l'alto e verso il basso, cosa implica il ruolo di manager nel Call Center, come risolvere le situazioni di conflitto, come comportarsi nelle situazioni di tutti i giorni, leadership

- i. Funzione, obiettivi e compiti del Supervisore
- ii. Le regole di gestione (compiti, competenze, responsabilità)
- iii. Stili di management (cooperativo, autoritario, ...), vantaggi e svantaggi
- iv. I modelli di management in generale, MbO e gli strumenti di management abituali



b. Il tema d'esame

0,5 GIORNI

Nell'ambito del corso dovrà essere presentato all'esame finale un elaborato che affronti un caso concreto inerente il proprio lavoro applicando le conoscenze acquisite e dimostrando di poter rielaborare ed applicare quanto è contenuto nel corso.

Il tema d'esame dovrà essere sviluppato durante il periodo del corso e durante l'esame sarà presentato e discusso in gruppo con gli altri partecipanti.

- i. Obiettivo del tema
- ii. Processo di lavoro
- iii. Schema dell'elaborato finale

c. Gestione del team, gestione delle risorse e strumenti

2 GIORNI

Come creare un team e strutture funzionanti, strumenti specifici per gestire un Call Center, obiettivi e valutazione, gestire con successo personale motivato, la gestione dello stress, autonomia e vincoli nell'indirizzare e gestire il personale

- i. Motivazione e motivazione intrinseca, teoria della motivazione, strumenti di motivazione
- ii. Strumenti per la gestione (coaching, addestramento, monitoraggio, controllo, ecc.)
- iii. L'identificazione delle aree di necessità formative o di completamento
- iv. Situazioni difficili per un responsabile di team
- v. La regola del feedback
- vi. La gestione del tempo
- vii. Lo stress ed i conflitti interni
- viii. Lo stress e le chiamate di disturbo
- ix. Relazioni interpersonali nel gruppo

2. Competenze specifiche

a. Processi di lavoro e Sviluppo del personale

2 GIORNI

Concetti base di organizzazione, l'integrazione del Call Center nell'azienda, funzioni, regole, gestione di mezzi e risorse in team, pianificazione e utilizzo delle risorse umane, processi di gestione del personale, ergonomia del posto di lavoro

Prima giornata:

- i. Elementi di organizzazione
- ii. Work-flow, call-flow, data-flow e gestione dei processi
- iii. I principi del knowledge-management
- iv. Schemi di processo, Calcolo della forza lavoro secondo Erlang e Hills
- v. Modelli di lavoro in team



Seconda giornata:

- vi. Sviluppo del personale, identificazione del potenziale, processo di sviluppo del team
- vii. Processo di gestione del personale (selezione, addestramento, inserimento, fidelizzazione, licenziamento)
- viii. Descrizione di una job description e comprensione/analisi dei curricula
- ix. Piano di sviluppo dei collaboratori ed offerta formativa
- x. Qualificazione e valutazione dei collaboratori

b. La Comunicazione

2,0 GIORNI

Comunicare con successo nell'ambito di processi commerciali ed operativi, tecniche di presentazione, gestione dei colloqui e delle riunioni, le basi della comunicazione scritta, dialogare con i collaboratori in modo efficace ed affidabile

- i. Tecniche di presentazione
- ii. Concetti di comunicazione e di gestione delle informazioni all'interno del team
- iii. La comunicazione nei gruppi di lavoro e la gestione delle riunioni
- iv. Gestione delle lamentele nel gruppo
- v. La gestione del colloquio individuale (colloquio di motivazione, di rimprovero, di assunzione e di licenziamento, ecc.)
- vi. La comunicazione scritta (mail, lettere, ecc.)

c. Comunicazione esterna

0,5 GIORNI

Il Call Center e la comunicazione, il marketing diretto, pianificazione delle campagne di marketing e loro esigenze in un call center, gestione di una campagna

- i. Caratteristiche degli strumenti di comunicazione e loro effetti sul call center
- ii. Sviluppo di una campagna di marketing diretto
- iii. Costruzione e valutazione degli script

d. Le competenze di staff

0,5 GIORNI

Le funzioni di staff nel Call Center, compiti e ruoli.

Gli sla (service level agreement), stabilire i livelli di priorità ed i tempi di risposta, monitoraggio e statistiche, la garanzia quotidiana di servizio, qualità progettata e qualità erogata, customer satisfaction e qualità percepita

- i. Gli sla (service level agreement)
- ii. La misurazione delle performances
- iii. contributo del Supervisor nella definizione e ridefinizione (dopo fase di test) degli SLA
- iv. Il monitoraggio e la previsione delle necessità
- v. Schedulazione dei turni e gestione dei picchi: i criteri fondamentali



- vi. l'armonizzazione di diverse esigenze (rispetto delle normative, contenimento dei costi, qualità del servizio, qualità dell'ambiente di lavoro)
- vii. Qualità progettata e qualità erogata
- viii. La qualità percepita
- ix. Le differenti visuali (Committente, Cliente/Utente/Cittadino, l'Azienda, il superiore diretto, il Supervisor, l'Operatore)
- x. Tecniche di misurazione della qualità
- xi. Misurare la customer satisfaction

3. Conoscenze generali

a. Elementi di Tecnologie

0,5 GIORNI

I vari sistemi nell'ambiente di un Call Center, applicativi specifici di call center, utilizzazione dei mezzi tecnologici, ACD, VRU, CTI, rilevazione dei dati, interpretazione dei dati e statistiche, internet nel call center

- i. Canali di accesso, telefonia, sistemi automatici di accueil
- ii. Principali applicativi SW (ticketing, call distribution, skillbased routing, ecc.)
- iii. Gli indicatori real time come strumento di gestione, i wall-display, ecc.
- iv. effetti e conseguenze nel quotidiano delle tecnologie scelte
- v. e-mail, chat, e-commerce, sicurezza, ecc. internet e possibilità di impiego in un call center
- vi. VoiP, UMTS, MSM, come possono influenzare l'attività di Call Center

b. Elementi di legislazione

0,5 GIORNI

Le basi legislative dell'attività di call center, protezione dei dati, diritto del lavoro, contratti, rapporti sindacali, diritto commerciale, diritti dei consumatori, saper dare indicazione chiare nell'ambito della legge

- i. Contratti, orari, pause, ferie, riposi compensativi, indennità
- ii. Modalità contrattuali e flessibilità
- iii. Protezione dei dati, privacy, riservatezza
- iv. Il contratto commerciale, conseguenze degli aspetti base del diritto contrattuale sul lavoro del call center
- v. La concorrenza (leale e sleale)

c. Elementi di economia

0,5 GIORNI

Basi d'economia in relazione ad un call center, investimenti e rendimento, elementi di spesa, di investimento e di profitto, il budget ed il controllo di gestione, l'importanza del compito affidato al call center

- i. Gli obiettivi dell'azienda e dell'economia in genere
- ii. Forme costitutive d'azienda
- iii. Strategia d'azienda, la filosofia dell'azienda, il CRM



- iv. Il settore del Call Center, posizionamento del call center nell'economia di mercato
- v. Modelli di call center nell'economia d'impresa (centro di costo, centro di profitto, centro di servizio)
- vi. Indicatori e controllo di gestione

4. ESAME:

1 GIORNO

- a. Test scritto
- b. Presentazione della tesi di diploma con discussione

DATE E DURATA:

CORSO DIPLOMA SUPERVISORI - 2004		Mar	Mar	Apr	Apr	Mag	Mag	Giu	Giu	Set	Set	Set
		25	26	23	24	7	8	11	12	9	10	24
		gio	ve	ve	sa	ve	sa	ve	sa	gio	ve	ve
Competenze di base												
Comprensione del ruolo	1,0	<x>										
Il tema d'esame	0,5	<x>										
Gestione risorse e strumenti	2,0			<x>	<x>							
Competenze specifiche												
Processi di lavoro	1,0					<x>						
Sviluppo del personale	1,0						<x>					
Comunicazione	2,0							<x>	<x>			
Comunicazione esterna	0,5									<x>		
Ruoli e competenze di staff	0,5									<x>		
Conoscenze generali												
Elementi di tecnologie	0,5										<x>	
Elementi di legislazione	0,5										<x>	
Elementi di economia	0,5		<x>									
ESAME	1,0											<x>
	nr. giornate	11,0										

La quota di iscrizione comprende la frequenza al corso, le colazioni di lavoro, i coffee break, i materiali delle esercitazioni e copia della documentazione utilizzata dai docenti. Sono altresì compresi la quota di iscrizione all'esame ed il rilascio del "CMMC DIPLOMA®" al suo superamento.