

Il corpo docente

Sergio Caserta – Professionista dell'ICT con oltre 20 anni di esperienza maturati in software house, società di consulenza internazionali e system house. Nel 1990 inizia la sua specializzazione nel campo della computer telephony applicata ai call center e al lavoro collaborativo. Nel 1993 inizia il rapporto con Vanguard Communications (www.vanguard.net), prima attraverso una società italiana di consulenza, poi con un rapporto diretto con Vanguard Europe Ltd. con la responsabilità di country manager. In tale veste opera presso banche, società di credito al consumo, fornitori di ACD e di sistemi di telefonia assistita da computer, società di servizi e operatori di telefonia fissa e mobile. È autore del volume "Help Desk: Orientamento per il Manager" e conduce workshop/seminari per conto di note organizzazioni italiane e internazionali.

Vincenzo Di Terlizzi – Consulente d'azienda nelle aree di progettazione organizzativa, revisione processi e sistemi informativi con lunghissima esperienza acquisita sia come responsabile di Direzione Organizzazione e Sistemi Informativi di noti istituti di credito, sia come responsabile della Consulenza Organizzativa di una importante società di consulenza operante nel settore finanza. La collaborazione con Vanguard riguarda l'applicazione di metodologie e strumenti di management avanzato.

Modalità di iscrizione

È possibile prenotarsi al corso tramite l'invio del modulo di iscrizione al numero di fax 02 26149333, oppure telefonando al numero 02 26148855 facendo riferimento al corso del 5 e 6 Febbraio 2003 o inviando un e-mail con i dati richiesti all'indirizzo: corsi@soiel.it.

Quote di partecipazione

La quota di partecipazione al corso è di **1.200 euro + Iva** e comprende la documentazione completa, i coffee break e le colazioni di lavoro. Nel caso di iscrizioni multiple da parte di una stessa azienda la quota verrà ridotta a **1.100 euro + Iva** a partire dal secondo partecipante. Per chi si iscrive al seminario entro il 24 gennaio 2003 è prevista una quota ridotta di **1.000 euro + Iva** e di **950 euro + Iva** nel caso di iscrizioni multiple.

Modalità di pagamento

- bollettino di versamento postale c/c postale n° 14790208
 - assegno circolare o bancario intestato a Soiel International Srl
 - bonifico bancario - Intesa Bci/Ag. 19 - Milano c/c 138331/09 (ABI 03069 - CAB 09495)
 - carta di credito Visa, Ec/Mastercard, American Express
- A ricevimento della quota verrà spedita fattura secondo le indicazioni fornite.

SCHEDA D'ISCRIZIONE

(Per iscrizioni multiple si prega di utilizzare fotocopia della presente scheda)

Nome _____

Cognome _____

Funzione _____

Società _____

Via _____

Cap/Città/Prov. _____

Tel. _____ Fax _____

E-mail _____

Modalità di pagamento (informazioni a fianco)

- c/c postale n° 14790208
- assegno circolare o bancario
- bonifico bancario
- carta di credito

Intestare fattura a:

Società _____

Via _____

Cap/Città _____

c.f./p.iva _____

In caso di cancellazione del corso la responsabilità di Soiel International e Vanguard Communications Europe si intende limitata al rimborso delle quote di iscrizione. Sostituzioni possono essere fatte in qualsiasi momento prima dell'inizio del seminario. In caso di rinuncia scritta pervenuta a Soiel International 5 giorni prima dell'inizio del seminario, verrà restituito il 70% della quota di iscrizione. Per rinunce successive non verrà effettuata alcuna restituzione. Sostituzioni di partecipanti possono essere effettuate in qualunque momento prima del corso.

Ai sensi della legge 675/96, autorizzo Soiel International a trattare i dati sopra riportati per la realizzazione delle proprie attività istituzionali, ivi compresa la comunicazione, l'informazione e la promozione.

Data _____ Firma _____

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA:

SOIEL INTERNATIONAL Srl, Via Martiri Oscuri, 3 - 20127 Milano
Tel. 02 26148855 • Fax 02 26149333 • e-mail: corsi@soiel.it • www.soiel.it

Soiel International
e
Vanguard
Communications Europe
presentano il

seminario di due giorni
**PIANIFICAZIONE
E VALUTAZIONE
DEI COSTI DELLA
INNOVAZIONE NEI
CONTACT CENTER**

Utilizzare il modeling e la
simulation per valutare le
alternative strategiche

**5 e 6 febbraio 2003
Milano**

**Doria Grand Hotel
viale Andrea Doria, 22**

VANGUARD

SOIEL INTERNATIONAL
Edizioni tecniche per l'organizzazione aziendale

ABSTRACT

Il corso si rivolge principalmente ai Responsabili delle Operations, dei Customer Care e a tutti coloro che operano per ottimizzare le prestazioni dei loro Call Center, con l'esigenza di determinare, analizzare e comparare previsioni, politiche gestionali e indici quali:

- *riconoscimento e analisi dei clienti più costosi da assistere*
- *realizzazione di politiche di contenimento dei costi che migliorano la qualità del servizio*
- *stima dei costi in relazione al canale di contatto e analisi del miglior mix di tipologia dei canali*
- *valutazione dei prezzi di un nuovo servizio*
- *previsione dei costi/benefici derivanti dall'estensione di un servizio ai clienti*
- *valutazione del ROI degli investimenti in tecnologie*
- *valutazione dell'outsourcing, di personale e/o tecnologie, come strumento di contenimento dei costi*

Il seminario permette di recepire una metodologia per valutare i costi dell'innovazione di processo e/o di prodotto. Vengono forniti schemi di valutazione dei costi delle risorse più rilevanti (tecnologie, uffici, personale). L'enfasi è però posta sulla simulazione e sul confronto dei costi e dell'operatività nel Call Center, al fine di valutare con la dovuta accuratezza i costi attuali e quelli dell'innovazione desiderata.

Il partecipante apprende come:

- Operare una corretta pianificazione strategica e di budgeting a 12-36 mesi, prevedendo i requisiti sulle risorse (personale operativo e di struttura, tecnologie, logistica)
- Fondere più canali di comunicazione con le tecnologie tradizionali per un aumento dell'efficienza operativa
- Ottimizzare l'acquisizione e il deployment delle tecnologie, ottimizzare l'uso delle risorse
- Imparare come quantificare le strategie del call center e comprendere le ricadute sui costi per un maggior grado di successo
- Identificare modi di elevare la produttività del personale attraverso una selezione appropriata dei tool di supporto
- Esplorare come un activity based management può apportare benefici alle operations di un call center
- Stimare i costi e le necessità di design di un nuovo call center
- Valutare e scegliere le tecnologie più adatte a ciascun progetto
- Valutare nuove modalità operative prima di implementarle, verificandone l'efficacia sui dati disponibili (gruppi di lavoro e regole di routing, riduzione del numero dei call center, utilizzo di call center delocalizzati, ecc.)

5 FEBBRAIO 2003

ore 8:30 Registrazione

ore 9:00 Inizio lavori

La creazione di una vision armonica del call center

- La ricerca dell'eccellenza
- Correlazioni tra business, processi e controllo
- L'approccio per attività come risposta efficiente alle esigenze di un call center
- I vantaggi di una gestione per attività

Gli obiettivi di una metodologia per la pianificazione e controllo dei costi

- Organizzazione di call center
- Responsabilità e ruoli
- Possibili strumenti di supporto al personale
- Il service provider
- Il call center in house

ore 13:00 Colazione di lavoro

ore 14:30 Strategie per il controllo dei costi del call center

- Panoramica
- Riduzione del tempo di trattamento, dei costi delle risorse, dei volumi dei contatti

La definizione delle scelte strategiche attraverso la simulazione

- Il financial modeling e la simulazione dell'operatività di un call center
- La simulazione operativa: la presentazione di un caso

Esercitazione (parte prima): la raccolta dati

- Costi della tecnologia (dei sistemi e servizi)
- Costi degli uffici
- Costi del personale
- Personale in pianta stabile
- Personale temporaneo
- Sviluppo dei differenti Business driver
- Volumi di attività

ore 18:00 Chiusura della prima giornata

6 FEBBRAIO 2003

ore 9:00 Inizio lavori

Principi di dimensionamento del personale del call center assegnato al trattamento dei contatti lungo i diversi media possibili (voce, e-mail, fax, chat)

- Attività: definizione e attributi
- Task: definizione e attributi (durata, frequenza, tipo)
- Imposizione dei parametri di qualità del servizio o di service level agreement
- Coefficienti correttivi
- Correlazione task-personale
- Correlazione personale-sistemi
- Correlazione personale-ufficio
- Report

ore 13:00 Colazione di lavoro

ore 14:30 L'innovazione

- Scenario attuale
- Modifiche allo scenario (what if) a seguito di una progettata innovazione
- Benefici delle diverse possibili innovazioni tecnologiche
- Report

Inclusione della gestione dei ricavi nel modello finanziario del call center

- Approcci possibili
- Una soluzione pratica

Esercitazione (parte seconda)

- Costruzione di una baseline e di scenari, con discussione del ROI

Gli strumenti

- Panoramica dei tool disponibili

ore 17:30 Chiusura del corso

I commenti di alcuni partecipanti all'ultima edizione del corso:

"Finalmente un workshop per manager dedicato alla pianificazione e alla gestione dei Call Center"

"Sono riuscito a valutare i costi d'innovazione dei processi e dei servizi del mio Call Center"

"Ho valutato ciò che stavamo facendo per pianificare ciò che avremmo dovuto fare"