



## Capacitación COPC® Mejores Prácticas para la Optimización de la Experiencia de Clientes

### El Modelo de Gestión para Operaciones de Contacto con Clientes

Basado en la Norma COPC para la Optimización de la Experiencia de Clientes (CX) para PSICs, esta capacitación brinda a los participantes el conocimiento y dominio de las Mejores Prácticas de Gestión a nivel mundial, para optimizar la experiencia de clientes a lo largo de la Service Journey (S). Sus contenidos pueden adaptarse a cualquier tipo de entorno, desde el canal presencial hasta los canales digitales. Asimismo, les proporcionará una estructura sólida para coordinar y uniformar todos los canales, a fin de ofrecer a los clientes una experiencia consistente, maximizando los resultados del negocio.

Esta formación se dicta 100% online a través de plataformas virtuales que les permitirán seguir al instructor como en el aula, compartir perspectivas, ejercicios y debates con sus compañeros, y evaluar todo lo aprendido en este entorno digital. Estas herramientas tecnológicas garantizan la interacción durante el curso y la privacidad de las aulas y contenidos

#### Objetivos:

- ✓ Conocer y dominar las Mejores Prácticas del Modelo de Gestión COPC® para la Optimización de la Experiencia de Clientes.
- ✓ Comprender cuáles son los factores clave que impactan sobre la experiencia de clientes omnicanal, en todos los puntos de contacto y en todos los canales, incluyendo los digitales automatizados (o definidos como procesos).
- ✓ Proveer una sólida metodología, probada a nivel mundial, para evaluar y gestionar con éxito la operación de punta a punta, alcanzando altos niveles de desempeño en los distintos canales de contacto.
- ✓ Entrenar en el análisis de los datos típicos y uso de métricas propias de cada canal de contacto -tanto asistidos por personas como de asistencia digital, para identificar y resolver los problemas específicos de cada tipo de operación y mejorar los procesos del negocio.
- ✓ Mejorar la calidad, la experiencia del cliente y los ingresos, al mismo tiempo que se reducen los costos operativos, en un entorno omnicanal.



## ¿A quiénes está dirigida?

Esta capacitación está dirigida a directores, Gerentes y Responsables de Áreas de Customer Experience y Operaciones de Customer Service, tales como: Servicio al Cliente, Fidelización, Retención y Gestión de Contact Centers propios o tercerizados. También está dirigido a Gerentes del área Comercial, Ventas, Operaciones de E-Commerce, Cobranzas, Calidad, Recursos Humanos, Servicio Técnico, Contenidos Móviles y Web, Marketing y Responsables de Canales digitales automatizados.

## Modalidad de Dictado y Metodología:

El curso se dictará en modalidad virtual, durante 10 días de dictado en jornada compuesta por 4 hs por día con intervalos para breaks. En este tiempo se desarrollará todo el contenido teórico - práctico. El viernes de la última semana se realizará la evaluación.

Se aplicará una metodología teórico-práctica, que facilita la incorporación de los conceptos y herramientas clave, utilizando ejemplos reales, casos de estudio, datos y benchmarks de la industria aplicados en diferentes entornos. Esta metodología permitirá desarrollar e incorporar en los asistentes los conceptos y herramientas para implementar lo que propone el modelo COPC®: *“Mejorar la experiencia del cliente, la calidad del servicio y las ventas, al mismo tiempo que se reducen los costos del servicio al cliente, en un entorno omnicanal”*. Estos objetivos representan los pilares fundamentales que conforman la filosofía subyacente en todas nuestras capacitaciones y servicios. Al finalizar el curso, el participante podrá acceder, además, a un curso grabado complementario.

## Al finalizar esta capacitación, podrás:

- ✓ Aplicar en forma inmediata técnicas eficientes para la gestión de operaciones de contacto con clientes, sabiendo qué medir, cómo medir y qué procesos mejorar en cada canal de contacto, a fin de optimizar la experiencia de clientes a través de uno o múltiples canales.
- ✓ Alcanzar una mejora sostenida, objetiva y medible del desempeño operativo, tanto en los canales asistidos por personas como en los canales de asistencia digital, optimizando la experiencia de clientes y maximizando los resultados de la operación.
- ✓ Diseñar un programa omnicanal efectivo para la gestión de la experiencia de clientes.
- ✓ Liderar proyectos de mejora del desempeño y de Certificación, aplicando el Modelo de Gestión COPC para la Optimización de la Experiencia de Clientes.



## Programa de Contenidos

### Estrategia y Planeamiento del Negocio y la Operación

#### *Declaración de la Dirección*

- Cómo establecer una adecuada Declaración de la Dirección, que permita a la empresa alcanzar sus objetivos financieros y no financieros.
- Revisión periódica.
- Desarrollo, gestión y vivencia dentro de la empresa (visión, misión y propósito).
- Focalización en objetivos estratégicos de Experiencia de Clientes en entornos multicanal

#### *Desarrollo de Planes de Negocio*

- Diseño global del servicio.
- Utilización de canales asistidos por personas y canales de asistencia digital.

### Diseño, Implementación y Control de Procesos Clave y de Apoyo

- Diseño de Service Journeys, Procesos Clave y de Apoyo para un adecuado desarrollo y provisión de productos y servicios al cliente.
- Gestión de resultados.
- Mecanismos utilizados para evaluar en forma cuantitativa, mantener y perfeccionar los procesos, a fin de asegurar un efectivo y eficiente funcionamiento.
- Enfoque estructurado para capturar, evaluar y tomar acciones adecuadas a partir del feedback del cliente.
- Mejora de la experiencia del cliente a lo largo de la Service Journey (SJ) y reducción de los costos por cliente.
- Identificación de experiencias a lo largo del CJ del cliente con la organización, a través de todos los canales de contacto (asistidos por personas y de asistencia digital).
- Análisis de factores que permitan tomar acciones apropiadas para optimizar la experiencia del cliente.
- Diseño de un enfoque estructurado e identificación de métricas clave para la gestión de conocimientos y contenidos, que asegure el uso de contenidos actualizados y consistentes para todos los canales de contacto.

### Gestión de la Calidad

- Estimación de la capacidad del proceso de calidad para satisfacer las expectativas del cliente y del negocio. Comparación de resultados.
- Alineamiento de la experiencia del cliente con las métricas de calidad.

- Análisis de distintos tipos de monitoreos y clasificación de errores para canales asistidos por personas. Verificaciones de aseguramiento de la calidad para la gestión de canales de asistencia digital.
- Enfoques y ejemplos de calibración.
- Revisión continua del personal que realiza el monitoreo.

## **Workforce Management (Pronóstico, Planificación, Programación y Gestión en Tiempo Real del Personal)**

- Patrones de entrada de transacciones: análisis, estacionalidad y tendencias.
- Factores que definen un modelo eficiente de planificación y programación.
- Diseño de enfoques estructurados para gestionar la adhesión, eventos y la asignación de transacciones entre centros. Colas de espera.

## **Gestión de Canales de Asistencia Digital**

- Ejemplos de contactos por canales automatizados.
- Capacidad de los sistemas automatizados para asegurar la disponibilidad y resultados en objetivo.
- Monitoreo.
- Ejemplos de mejores prácticas en entornos omnicanal.

## **Control de Procesos**

- Cómo asegurar que los clientes perciban una experiencia consistente en cuanto al nivel de servicio (SL), la calidad y otros factores.
- Desarrollo de procesos clave con un mínimo de variación.
- Identificación de procesos fuera de control.
- Control estadístico para gestionar y/o reducir la variación.
- Proceso de resolución de problemas.
- Enfoque estructurado para la resolución de causas raíz del bajo desempeño, cuando no se alcanzan consistentemente los requisitos y objetivos propuestos.
- Reportes e integridad de datos.

## **Políticas y Gestión de Recursos Humanos (RRHH)**

- Cómo alcanzar los objetivos y mejorar los niveles de desempeño.
- Importancia de contar con personal con aptitudes y motivación para otorgar productos y servicios de calidad, en forma efectiva y eficiente.

## *Definición del Puesto de trabajo, Reclutamiento y Contrataciones.*

- Definiciones de las habilidades mínimas y conocimientos requeridos para Puestos Clave Relacionados con Clientes (PCRC)
- Habilidades deseables vs. Habilidades mínimas
- Habilidades duras y blandas
- Enfoque de reclutamiento de personal
- Definición de requisitos de reclutamiento (incluyendo habilidades mínimas)
- Mejora del desempeño del proceso de reclutamiento

## *Formación y Desarrollo*

- Provisión de formación a todo el personal.
- Formación inicial, periódica y ante cambios o actualizaciones
- Formación “on the job”
- Verificación de habilidades y conocimientos
- Oportunidad de la Verificación
- Umbrales de aprobación
- Planes de acción
- Metodologías de verificación
- Monitoreo como forma de verificación: frecuencia, metodología y umbrales de aprobación
- Acciones de acuerdo con el desempeño de los RACs
- Coaching
  - Identificación de patrones de comportamiento
  - Determinación de fallas repetidas y efectividad del coaching

## *Gestión del Desempeño del Personal*

- Evaluación de desempeño
- Evaluaciones objetivas y alineadas con los resultados definidos.
- Alineamiento de la evaluación con la declaración de la dirección y con los objetivos del negocio.
- Evaluaciones típicas para distintos roles y puestos clave.

## *Cómo recabar feedback*

- Cómo recabar feedback del personal para mejorar el negocio y el servicio prestado

- Enfoque estructurado para solicitar feedback proactivamente
- Cómo evaluar y tomar acciones apropiadas a partir del feedback de individuos en PCRC.

## *Rotación y Ausentismo*

- Cómo calcular la rotación de RACs
- Impacto de los costos de la rotación en el negocio
- Determinación de objetivos de rotación
- Cálculo del ausentismo
- Acciones correctivas y mejores prácticas para la gestión del ausentismo y la rotación

## **Balanced Scorecard del Negocio y la Operación**

### **Balanced Scorecard de la operación y de los distintos servicios**

#### *Métricas clave del negocio para servicios a través de canales asistidos por personas (transacciones en tiempo real y diferidas) y canales de asistencia digital.*

- Métricas requeridas para operaciones entrantes y salientes, servicios de distribución, soporte técnico, back office, procesamiento de fax y correspondencia, cobranzas, servicios personalizados, redes sociales y sistemas automatizados de contacto con clientes.
- Lineamientos, fórmulas para el cálculo y benchmarks de alto desempeño
- Alineamiento vertical del desempeño dentro de la organización (Agente – Supervisor – Coordinador – Gerente del Programa – Gerente del Centro – Director de Atención al Cliente – Director General)

#### *Medición y análisis de la experiencia de clientes con la Service Journey*

- Mapeo de los procesos que conforman la experiencia del cliente a través de todos los canales.
- Comprensión de la experiencia del cliente global y por canal
- Medición del desempeño en puntos de contacto clave, a lo largo de toda la SJ
- Formas de medición de la experiencia global. Satisfacción, insatisfacción y esfuerzo del cliente.
  - Satisfacción con cada uno de los atributos clave que impulsan la experiencia global del cliente.
  - Mejores prácticas para encuestas de clientes
  - Integridad de mediciones sobre detractores y promotores

#### *Gestión Global de Costos*

- Costos de prestar servicios de atención al cliente en todos los canales, asistidos por personas y de asistencia digital.
- Enfoque para la medición de costos enfocados en el cliente

#### *Canales Asistidos por Personas*

- Desempeño de canales asistidos por personas mediante transacciones en tiempo real y diferidas.

- Medición del servicio, calidad, ventas y eficiencia
  - Medición del Nivel de Servicio
    - Identificación de los procesos sobre los cuales se deben medir los niveles de servicio: procesos telefónicos y no telefónicos
    - ¿Cuál es un buen nivel de servicio?
    - Mitos respecto del nivel de servicio
    - Métricas de servicio para transacciones diferidas

## *Medición de la Calidad*

- Cálculo de distintas métricas por tipo de error
- Impulsores de la calidad. Satisfactores e insatisfactores

## *Medición de Costos y Eficiencia*

- Métricas de costos y eficiencia
- Unidades de entrada vs. Unidades de salida
- Mejores enfoques para la determinación de objetivos de eficiencia

## *Medición de las Ventas*

- Gestión de métricas de ventas
- Mitos sobre el TMO

## *Gestión de Canales de Asistencia Digital*

- Desempeño de Canales de Asistencia Digital
- Métricas de servicio de canales de Asistencia Digital: determinación del volumen
- Distintas métricas de servicio, calidad e ingresos. Tasa de servicio, de abandono, de clicks, Puntualidad en sistemas de asistencia digital, Resolución de incidentes, Precisión de pronósticos
- Funcionalidad de sistemas
- Precisión
- Ventas en servicios de asistencia digital

## *Procesos Clave de Apoyo*

- Desempeño de los procesos clave de apoyo ejecutados por el centro o por un proveedor.
- Métricas específicas para Telecomunicaciones, Sistemas de Información, Gestión de la Base de Conocimientos, Pronósticos, Búsqueda y Contratación de personal, Rotación y Ausentismo, entre otras.

## *Cómo Alcanzar Resultados*

- Alcanzando los objetivos de manera consistente



- Cálculo de tendencia sostenida de mejora

### **Curso Grabado Complementario (On Line)**

Junto con los materiales del curso virtual, cada participante recibirá un link a un curso grabado con el desarrollo de temáticas complementarias al curso COPC® Mejores Prácticas para la Optimización de la Experiencia de Clientes. Se recomienda muy especialmente realizar este curso grabado una vez finalizado el curso virtual y estudiar los contenidos, sobre todo en el caso de quienes vayan a desempeñarse como Líderes COPC en un Proyecto de Certificación COPC.

- Items y requisitos específicos para la gestión de centros externos (E-PSICs)
- Privacidad de Datos y Cumplimiento. Gestión del Desempeño de Vendors y Proveedores Clave. Continuidad del Negocio. Implementación y Gestión de Cambios. Revisión Interna de la Norma COPC CX
- Satisfacción e Insatisfacción del Cliente contratante. Gestión de quejas.