

Conferência APCC Porto 2016



Contact Center
Centro Neurálgico das Operações
para os Clientes Externos e Internos

Ponto nevrálgico



Elemento crucial ou o mais importante de uma questão

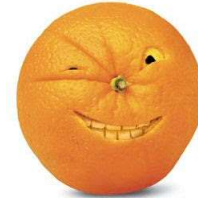
Evolução ao longo dos tempos



Contact Centers

Mitos urbanos e não só

As laranjas fazem mal à noite



Quem trabalha num Contact Center é um trabalhador indiferenciado



O café curto tem mais café



Os vikings tinham capacetes com cornos



Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers perderam importância



Contact Centers

Quem trabalha num Contact Center não é um trabalhador indiferenciado

Um trabalhador num Contact Center tem de:

Ter conhecimento dos produtos e serviços da organização

Ter aptidão para usar as novas tecnologias no seu processo de trabalho

Gosto pelo contacto pessoal

Elevada capacidade de comunicação oral e/ou escrita

Preparação psicológica para enfrentar situações inesperadas e adversas



Contact Centers

Quem trabalha num Contact Center não é um trabalhador indiferenciado

Áreas de negocio como telecomunicações, saúde, IT, banca, seguros têm vários graus de complexidade



Só conseguem ser eficazmente executadas por pessoas com uma coerente Combinação de skills comportamentais e técnicos

Contact Centers

Quem trabalha num Contact Center não é um trabalhador indiferenciado

As pessoas da linha da frente do Contact Center são a cara da Empresa.



A imagem e reputação de uma empresa é feita por n momentos da verdade que dependem dessa pessoa. Essa pessoa nesse momento tem "The Power of 1"

Contact Centers

Quem trabalha num Contact Center não é um trabalhador indiferenciado

Recrutamento

Procurar as pessoas certas para os lugares incertos, colaboradores com preparação cultural de base alargada de modo a poderem desempenhar várias funções

"Learning organizations for curious people"



Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

Cada canal adicionado amplifica a importância e aumenta a especialização dos Contact Centers.

Alguns exemplos onde os contactos humanos vieram complementar os puramente digitais:

- **Amazon** a abrir picking points e lojas físicas
- **Farfetch** comprou o retalhista Browns para desenhar a loja do "futuro e tem ampliado o seu Contact Center em Portugal
- **Easyjet** com interações via facebook
- **Ryanair** facilita a "user experience" se for necessário ligar aos seus Contact Centers



Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

Os Contact Centers são cada vez mais centros de concentração e difusão do conhecimento

É a primeira área a ter conhecimento do que corre mal nos produtos ou serviços

É a área melhor colocada para saber como os Clientes estão a utilizar ou não utilizar os produtos e serviços



Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

Emails, chats e respostas escritas assumem um maior volume e importância pois são registos das respostas das empresas e da sua capacidade de esclarecimento e resolução.



Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

Redes Sociais exigem uma capacidade de resposta rápida B2C e B2B pois Difundem perguntas e reclamações que têm de ser rapidamente geridas com discurso e processo adaptado ao respetivo canal



Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

Respostas por escrito combinadas com as redes Sociais são uma mistura explosiva que coloca uma pressão adicional na rapidez e qualidade das respostas e onde o erro tem uma amplificação enorme podendo afetar significativamente uma marca ou um produto



Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

Meios de contacto presencial com os Clientes como as **lojas, Agentes ou mediadores**

Exigem canais de suporte de 2ª linha com capacidade para esclarecer as questões mais complexas mantendo uma uniformidade de informação nos diversos canais e coerência com os valores da marca.



Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

Os Contact Centers são as áreas **melhor posicionadas nas organizações** para gerirem com as outras áreas internas, nomeadamente técnicas e de marketing, todas as questões de resolução e de melhoria das Experiências dos Clientes



Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

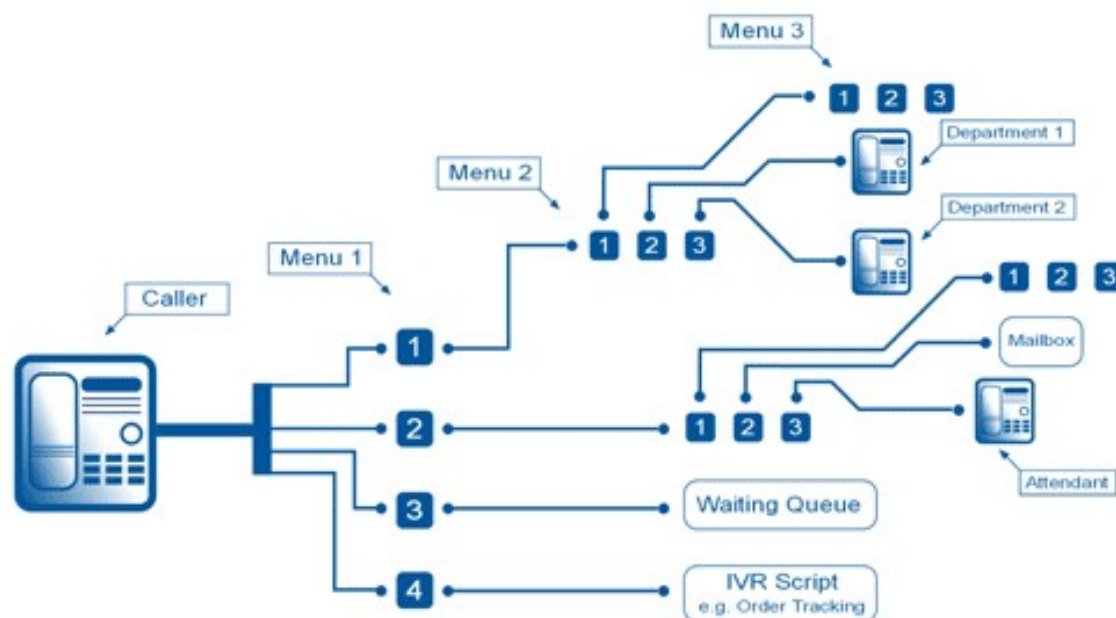
Os Contact Centers são as áreas **vitais** para ajudarem as organizações a orientarem-se para os Clientes difundindo internamente as suas necessidades e ajudando os restantes colaboradores a viverem a experiência dos Clientes



Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

Os meios de self-service filtram a maior parte das questões de resposta mais rápida ou fácil, nomeadamente as informativas, sobrando as mais complexas e mais essenciais para a diferenciação da concorrência para os Contact Centers



Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

Os Contact Centers são essenciais para resolver os assuntos urgentes ou que os Clientes consideram urgentes:

Fiquei sem TV

Tive um acidente com o carro

Estou sem net

Roubaram-me os cartões de crédito

Tenho uma dor aguda

Estou sem eletricidade



A diferenciação está cada vez mais no modo como se resolvem as urgências e as reclamações

OUTBOUND

LEADS

CAMPANHAS

VENDAS

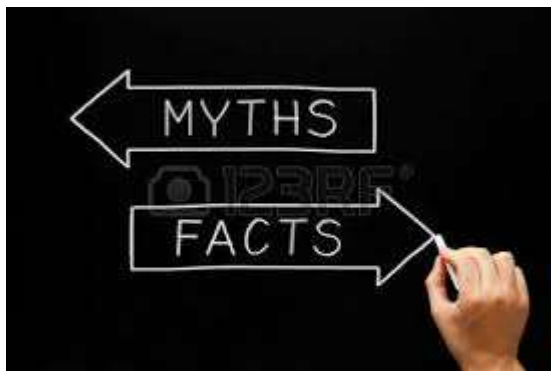
[illegible]

Aumentaram a importância estratégica dos Contact Centres nos mercados competitivos

Contact Centers

Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam mais relevância

Resumindo



Com o aparecimento de múltiplos canais os Contact Centers ganharam ainda mais relevância fruto da maior capacidade de contacto dos Clientes e da sua maior exigência

Quem trabalha num Contact Center são trabalhadores com skills pessoais, comportamentais e técnicos especiais dos quais depende a perceção dos Clientes em relação à Organização.

Para um



Temos de ter um



Obrigado
paulo.loja@rhmais.pt

Conferência APCC Norte

20 de Outubro 2016