

CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES

UNIDAD DE DESARROLLO Y FORMACIÓN

INFORME DEL EVENTO

Quito, 07 de Noviembre de 2008

EVENTO: FORTALECIMIENTO DE UNA CULTURA DE SERVICIO INTEGRAL EN CALL CENTER
FECHA INICIO: 20 de Octubre de 2.008
FECHA FINALIZA: 30 de Octubre de 2.008
DURACION: 08 horas cada grupo
No. PARTICIPANTES: 253
EMPRESA: NGL
COORDINADOR: Ing. Rodrigo Mancheno E.

1.- ANTECEDENTES:

Mediante acta de reunión tripartita, de fecha 25 de Agosto de 2008, la Vicepresidencia de Desarrollo Organizacional, autoriza la realización del curso de Fortalecimiento de una Cultura de Servicio Integral en Call Center.

2.- ESTRUCTURACIÓN DEL EVENTO:

Esta capacitación se desarrolló desde el día 20 de Octubre del 2008, hasta el 30 de Octubre, en la Universidad de los Hemisferios, en horario de 08:00 a 18:00 horas.

3.- PARTICIPANTES:

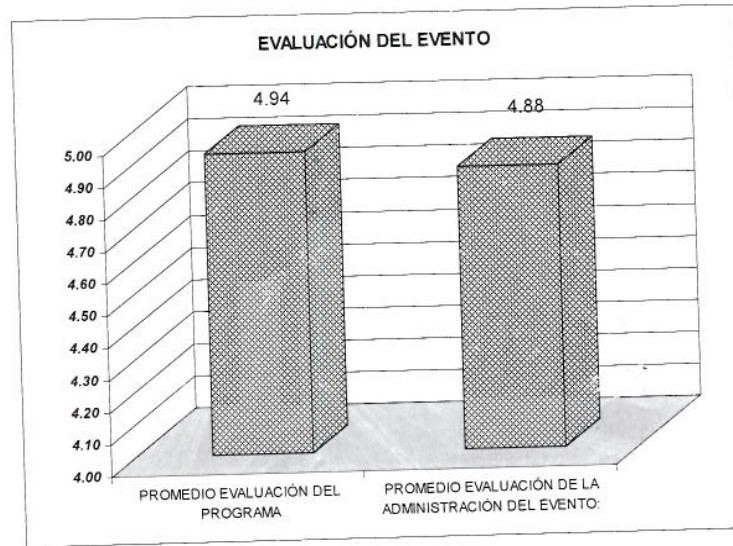
FECHA	PARTICIPANTES		FECHA	PARTICIPANTES
20-Oct-08	26		27-Oct-08	22
21-Oct-08	25		28-Oct-08	31
22-Oct-08	27		29-Oct-08	30
23-Oct-08	27		30-Oct-08	36
24-Oct-08	29		TOTAL	253

4.- INSTRUCTOR:

En este evento participó como expositora la Dra. Lucía Calero de Colombia, experta en temas de C.C.

5.- EVALUACIÓN DEL EVENTO:

El resultado de la evaluación general fue de 4.92 / 5, que equivale a excelente.



6.- INVERSION EN EL EVENTO:

CONCEPTO: FORTALECIMIENTO DE UNA CULTURA DE SERVICIO INTEGRAL EN CALL CENTER	VALOR
Participantes: 253 (9 Grupos)	\$ 19.236,11
TOTAL:	\$ 19.236,11

7.- CONFORMIDAD CON EL EVENTO:

Hemos recibido a conformidad el curso de capacitación de FORTALECIMIENTO DE UNA CULTURA DE SERVICIO INTEGRAL EN CALL CENTER, cumpliéndose lo planificado y alcanzando los objetivos propuestos.

8.- SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES EMITIDAS POR LA EMPRESA NGL:

DIMENSIONAMIENTO Y PROGRAMACION DE TURNOS:

Es importante para el buen funcionamiento y para poder brindar un Servicio de Excelencia a los Clientes, tener una clara diferenciación de cada una de las áreas o diferentes servicios que ofrecen, lo que incide en el tipo de llamada que atienden, por lo que es casi de carácter Urgente revisar el Dimensionamiento de todos y cada uno de los Servicios ofrecidos, para mejorar la Calidad, bajar la insatisfacción y molestia de los clientes, bajar las re-llamadas y el abandono.

Ejemplo en Información, tienen altas colas de espera y por supuesto abandonos, por lo que hay que revisar en esas horas donde el tráfico se dispara cuántas personas necesitamos y cuántas están atendiendo en los diferentes turnos, ya que el sentir más común es que por estar atendiendo Cantidad están descuidando la Calidad, este mismo sentir está en el Call de Servicios Múltiples y Soporte Técnico, especialmente.

Por lo anterior, recomendamos revisar en primer lugar la malla de turnos, en este mismo tema es importante estandarizar la cantidad de horas para todos los asesores, ya que el hecho que unas personas trabajen más horas que otras sin la misma retribución es nocivo y le pega al Servicio.

RECURSO HUMANO:

El grupo del Call Center en general tiene buen conocimiento de los servicios que ofrecen, pero sería importante que todos se vayan alineando y capacitando para atender a los Clientes de forma integral y no se pase al cliente por las diferentes áreas lo que aumenta la molestia y el enojo de los mismos.

En algunas personas se percibe una actitud negativa que puede provenir de cansancio, molestia y/o reactividad por lo que recomendamos tomar medidas puntuales apoyadas en el desempeño de las mismas para tener así un equipo de asesores con buenos niveles de motivación y desempeño, es decir empleados felices.

Pudimos notar claramente que hay personas que no tienen buen manejo de la Voz y la Comunicación y esto repercute en el Servicio. Al respecto recomendamos un entrenamiento con un experto en el tema de la Comunicación y Fonación, ya que si el tema es clínico, el experto lo diagnosticará si es corregible a través de tratamiento o les dará un informe en el caso de que detecte que la persona no es óptima para trabajar al teléfono. Hay otras personas que tienen el problema de actitud, por lo que inciden en las mismas faltas y por ende no aceptan con actitud positiva las correcciones y llamadas de atención permanentes y lo que es peor persisten en los mismos errores, lo que es crítico en términos de Servicio.

Recomendamos algunas alternativas:

Revisar perfiles y tiempo de permanencia en el mismo trabajo.

Hacer cambios y rotar dentro del mismo Call Center, para ver cómo se desempeña en otra actividad.

Hacer compromisos con rangos de tiempos, revisarlos y hacer seguimiento con las personas de bajo desempeño

Premiar y estimular el buen servicio hacia los clientes.

Tener un Programa Integral y Secuencial de Capacitaciones para reforzar y desarrollar mejor al personal.

CALIDAD:

En primer lugar el tema de Calidad es prioritario ya que está causando alta reactividad en la gente lo que no es sano, ya que un Programa de Calidad debe ser para Mejoramiento Continuo y un camino a la excelencia. De lo que se pudo oscultar, consideramos que son muy pocas las personas dedicadas a esta actividad, lo que imposibilita exista una verdadera y eficaz retroalimentación constructiva; las escuchas "on line", y la retroalimentación deben ser manejadas con un total alineamiento con los Coordinadores y Jefes donde puedan hacer un trabajo en Equipo con Calibraciones y todo el detalle.

Si se tiene un número muy pequeño de personas que conforman el equipo de calidad, mal podrán hacer su delicada y diaria labor con todos y cada uno de los integrantes del equipo del Call Center.

Nuestra recomendación es monitorear al menos 3 llamadas por Asesor cada mes, para así hacer un buen trabajo de escuchas y calificar con la mayor precisión posible. Cabe recordar que el Monitoreo o la nota por si sola no tienen impacto, lo más importante es una buena Retroalimentación escrita y verbal.

Vale la pena revisar la Planilla, la cual debe ser una por cada área o actividad. Se recomienda revisar los saludos, las despedidas, los menús de la máquina y así hablar todos un mismo idioma claro y coherente.

Para el personal de Calidad vale la pena tener claros los criterios, ejemplo: Valor Agregado no es solo la frase,.... es plantear "necesita alguna otra información o desea que le colabore en algo más";...otro ejemplo, si una llamada es larga o el cliente en la línea de información ha pedido varios números telefónicos, el valor agregado ya está implícito.

En relación a la despedida si el Cliente termina molesto, o su situación sigue sin tener una respuesta o solución deben marcar una despedida diferente más de solidaridad con la situación del cliente que de satisfacción o agradecimiento por la llamada.

Importante indicar que las personas que conformen el área de Calidad deben tener experiencia y un gran criterio para evaluar más contenido y satisfacción del Cliente, que simplemente seguir al pie de la letra el Guión y/o el Protocolo.

Finalmente es importante organizar la jornada de Retroalimentación con escuchas a todo el personal (no solamente a las personas con bajo desempeño, indudablemente a éstas como a los nuevos hay que intensificar las escuchas), con una frecuencia mensual o al menos bimensual pero es clave este ejercicio para que los asesores se concienticen de cómo están haciendo su trabajo, ya que en su gran mayoría creen que lo están haciendo bien.