

Call center consulting od A do Z

Nasze wyróżniki:

Doradztwo skoncentrowane w rękach dwóch osób, które zajmują się tym od początku istnienia branży call center w Polsce. Nie zatrudniamy żadnych konsultantów – wszelkie prace wykonujemy osobiście. W związku z tym, zawsze wiesz, z kim będziesz miał do czynienia i kto jest z naszej strony za projekt odpowiedzialny.

Ekspertyza oparta na solidnym przygotowaniu socjologicznym i psychologicznym, łączeniu wiedzy i umiejętności doradczej ze szkoleniową (włączenie z uczeniem w programach MBA w USA), doświadczenie w stworzeniu i prowadzeniu własnego call center (włączenie z ponoszeniem finansowych konsekwencji wprowadzanych pomysłów).

Gotowość do dzielenia się wiedzą i informacjami, o czym świadczy wortal www.masterplan.pl (najbogatsze źródło wiedzy o telemarketingu w polskim internecie) i publikacje (109 własnych artykułów i 3 książki poświęcone telemarketingowi, nie licząc kilku książek i wielu artykułów akademickich). Możesz więc być pewien, że nie tylko wiemy i umiemy, ale także podzielimy się z Tobą naszą wiedzą i umiejętnościami.

Kontakty międzynarodowe, pozwalające nam na trzymanie ręki na pulsie zmian w branży call center w Europie i nie tylko.

Lista klientów, nieporównywalna z żadną inną firmą dostarczającą usług doradczych dla call centers. Z naszych usług korzystały i korzystają zarówno wielkie, międzynarodowe korporacje, jak i średnie i małe firmy lokalne.

Partycypacyjne podejście do doradztwa – przekazywanie know-how. Od początków lat 70., kiedy to sformułowaliśmy zasadę doradztwa partycypacyjnego, konsekwentnie ją stosujemy. Widzimy w niej ogromną wartość dla naszych Klientów, ponieważ nasi Klienci widzą w niej wartość.

Publiczny cennik usług. Od lat utrzymujemy publiczny cennik usług. Jest on symbolem otwartości i czystości relacji z Klientami.

W poniższym opisie "call center" oznacza dział telefonicznych kontaktów z klientami, dział sprzedaży telefonicznej i telefonicznej obsługi klienta komórkę zajmującą się umawianiem spotkań przedstawicieli handlowych, infolinię, help desk, telefoniczne centrum zgłoszeniowe, dział telefonicznej windykacji, telecentrum, usługowe (outsourcingowe) call center oraz każdą inną komórkę organizacyjną, której podstawowym zadaniem jest utrzymywanie telefonicznych kontaktów z Klientem.

Aranżacja przestrzenna

Aranżacja przestrzenna pomieszczeń, których pracują operatorzy, to coś, z czym trzeba będzie żyć przez dłuższy czas. Stąd znaczenie nie tylko wiedzy i umiejętności architekta wnętrz, ale przede wszystkim wiedzy o tym, jakie rozwiązania sprawdzają się w jakich warunkach, a jakie w innych.

Audyt rozmów telefonicznych

Jesteśmy w stanie zrobić audyt rozmów prowadzonych przez operatorów Twojego centrum, posługując się głębokim zrozumieniem interakcji operator–klient, wynikającym z tego, że od lat odsłuchujemy rozmowy dziesiątków firm. Nasze audyty czerpią więc szerokiej wiedzy o rynku, niedostępnej osobom oceniającym rozmowy wewnętrznie.

Call Center Masters

Call Center Masters, czyli poświęcone zarządzaniu call center warsztaty dla zaawansowanych, to propozycja dla osób zarządzających komórkami, działami i firmami specjalizującymi się w telefonicznych kontaktach z klientami. Jest to jedyne szkolenie otwarte, które prowadzimy.

Coaching

Zdarza się, iż zadanie tworzenia nowego call center otrzymują osoby o znaczących walorach zarządczych, ale nie mające doświadczenia w prowadzeniu call center. To przede wszystkim dla nich przeznaczony jest coaching, czyli mieszanka szkolenia i doradztwa wykonywana twarzą w twarz. W czasie takich spotkań możesz znaleźć odpowiedzi na pytania, które wstydziłbyś się zadać gdy na sali są Twoi współpracownicy, podwładni i zwierzchnicy.

Dobór najbardziej stosownych usługowych call centers (referral service)

Znalezienie najbardziej odpowiedniego wykonawcy usług telemarketingowych nie jest łatwe. Przeszkodą główną jest to iż informacja na ich witrynach internetowych jest często zmieniana z dużym opóźnieniem. Na witrynach trudno znaleźć informacje o tym, w czym dane call center specjalizuje się. Bieżący kontakt z szefami usługowych call center oraz ich klientami pozwala nam rekomendować najbardziej stosownych wykonawców zleceń telemarketingowych.

Doradztwo sprzętowe

Mimo, że śledzimy nowości technologiczne, a o wielu z nich (dzięki międzynarodowym kontaktom) wiemy wcześniej niż inni, nie pretendujemy do posiadania głębokiej wiedzy z zakresu najnowszych technologii. Dlatego projekty takie wykonujemy razem z partnerem, który dysponuje wiedzą i wieloletnim doświadczeniem w używaniu najrozmaitszych technologii.

Monitorowanie jakości

Patrz: Audyt, Tajemniczy klient

Procedury – tworzenie

Dobrze przemyślane i przygotowane procedury, to nie tylko szansa na uporządkowanie działań wewnątrz call center, uporządkowanie relacji z komórkami zewnętrznymi i klientami, ale także materiał pozwalający łatwiej i sprawniej wprowadzać nowych pracowników oraz szkolić ich. Przygotowanie procedur i instrukcji organizacyjnych w call center to zarazem mozolna praca, wymagająca umiejętności mapowania procesów organizacyjnych oraz przewidywania sytuacji trudnych do przewidzenia. Tymi umiejętnościami, potwierdzonymi praktyką, dysponujemy.

Projektowanie call center

Projektowanie powstania komórki telefonicznych kontaktów z klientami to złożony i pełen konsekwencji proces. Najmniejsze uchybienia w procesie projektowania wiodą do niepotrzebnych lub nietrafionych inwestycji w technologię lub ludzi, niepełnej funkcjonalności, braku zgrania terminów, i wielu innych nieoczekiwanych konsekwencji. Dobry projekt wszystkiemu temu zapobiega. Zebrane przez nas w czasie realizacji takich projektów oraz zebrana pośrednio wiedza o tworzeniu call centers zaoszczędzi Ci pieniądze, nerwów i przykrych niespodzianek. Nasze podejście do projektowania call centers opisuje nasza broszura firmowa.

Przetargi – projektowanie i prowadzenie

Nasze umiejętności projektowania i przeprowadzania przetargów mogą Ci zaoszczędzić konsekwencji złych wyborów oraz usprawnić sam proces dokonywania wyboru. Nasza niezależność od poszczególnych dostawców oraz dobre relacje z każdym z nich, gwarantuje, iż nasze działanie będzie bezstronne.

Publikacje

Nie traktujemy wiedzy zdobytej w czasie realizacji projektów doradczych jako wiedzy tajemnej. Dzielimy się nią, chroniąc jednocześnie źródła informacji. Na naszej witrynie internetowej znajdują się setki artykułów (w tym wszystkie naszego autorstwa). Znajdziesz tam także gratisową wersję Poradnika Telemarketera oraz możliwość zamówienia opracowań poświęconych telefonicznej rozmowie handlowej oraz miarom efektywności i skuteczności ruchu przychodzącego.

Rekrutacja operatorów, superwizorów, specjalistów, kadry zarządzającej wyższego szczebla

Nie ma żadnej wątpliwości, iż jednym z najbardziej kluczowych czynników sukcesu call center jest jego personel. Ponad dekadę temu wypracowaliśmy autorską metodę grupowej rekrutacji operatorów. Jest ona jedną z naszych flagowych specjalności. Grupowa rekrutacja i selekcja wykazuje szczególnie silnie swoje walory, gdy:

- tworzony jest dział telefonicznej sprzedaży, obsługi klienta, obsada infolinii, czyli wtedy gdy na określony dzień potrzebujesz mieć do dyspozycji kilka, kilkanaście lub kilkadziesiąt osób,
- zależy Ci na czasie,
- zależy Ci na stabilności kadry,
- istnieje potrzeba zatrudnienia superwizorów, czyli osób które – oprócz wykonywania pracy z telefonem – będą także nadzorować innych operatorów.

W ramach serwisu Pracownia pomagamy także znaleźć pojedynczych operatorów, a także superwizorów, specjalistów (analityków, handlowców) i managerów.

Sondaże opinii klientów

Dzięki ścisłej współpracy z moimzdaniem.pl dysponujemy nowoczesnym narzędziem do prowadzenia najbardziej zaawansowanych sondaży opinii klientów, a nasza socjologiczna i psychologiczna wiedza jest użyteczna na etapie tworzenia i interpretowania sondaży.

Sprzedaż call center

Jeżeli chcesz wystawić swoje call center na sprzedaż lub kupić udziały w istniejącym call center, ale nie chcesz ujawniać się z tym, pomożemy Ci w znalezieniu kupca/inwestora/partnera bez utraty anonimowości.

Szkolenia otwarte dla zaawansowanych

Patrz: Call Center Masters

Szkolenia zamknięte (in-company)

Stosujemy autorską metodę szkoleniową T-GRAL. Flagowym rodzajem szkoleń na zamówienie są szkolenia oparte i zarejestrowane (nagrane) wcześniej rozmowy prowadzone przez uczestników w czasie wykonywania pracy. Krytyczna analiza faktycznych rozmów służy nie tylko usprawnianiu samych rozmów, ale często staje się podstawą do stworzenia rekomendacji usprawniających.

Strategie rozwojowe

W tych przypadkach, w których pomagaliśmy przygotować strategie rozwoju dla usługowych call centers lub call centers wewnętrznych, uzyskiwały one radykalne przyspieszenie tempa wzrostu, rozpoczynały nowe działania, zwiększając zarazem swoją skuteczność.

Tajemniczy klient

Jest to jedna z form audytu (patrz: Audyt rozmów telefonicznych), polegająca na telefonicznym kontaktowaniu się z nimi przez przedstawicieli zewnętrznej firmy, którzy – prowadząc rozmowę tak jak faktyczni klienci lub kandydaci na klientów – sprawdzają sposób, w jaki operatorzy obsługują klienta. Nasza metoda prowadzenia takiego badania opiera się o sprawdzanie operatorów w czasie rozwiązywania prawdziwych, a nie inscenizowanych, problemów klienta. Jest stosowana nie tylko do oceny rozmów przychodzących, ale i wychodzących.

Testy

Przygotowane przez nas testy są dostępne w internecie. Jeśli chcesz sprawdzić wiedzę swoich operatorów i superwizorów, podamy Ci hasło dostępne, a Twoimi pracownicy w dogodnym dla siebie czasie wypełnią test. Ty zaś otrzymasz podsumowanie, mówiące o tym kto zdobył ile punktów.

Uruchomienie call center "pod klucz"

Uruchomienie centrum telemarketingu obejmuje projektowanie ulokowania centrum telemarketingu w strukturze organizacyjnej firmy, opracowanie procedur organizacyjnych i projektowanie stanowisk, rekrutację i selekcję kandydatów na telemarketerów, szkolenie i warsztaty szkoleniowe dla telemarketerów oraz szkolenia personelu kierowniczego, doradztwo techniczne i sprzętowe, projektowanie baz danych, nadzór nad wdrażaniem. Zakończone sukcesem wdrożenia świadczą o skuteczności naszej metody.

Zakup call center

Patrz: sprzedaż call center

Zarządzanie call center

Powyższa lista działań doradczych nie jest kompletna. Ponieważ każdy projekt w tej dziedzinie jest inny, skontaktuj się z nami, aby przedyskutować swoje potrzeby.