

Курс «Управление по показателям для супервайзеров / руководителей групп КЦ»

Одной из важнейших задач супервайзера (линейного руководителя / руководителя группы) контактного центра является контроль результатов и выстраивание работы с операторами таким образом, чтобы обеспечить выполнение поставленных перед группой целей. Для выполнения данной задачи супервайзер должен обладать не только навыками взаимодействия с подчиненными, но и навыками анализа показателей работы группы в процессах обслуживания клиентов.

На курсе рассматриваются лучшие практики и инструменты анализа данных по операторам, применяемые лидерами индустрии в России и мире. Подробно разбираются и разъясняются наиболее часто встречающиеся проблемы, с которыми сталкиваются супервайзеры КЦ, и даются способы их решения. Участники не только получают новые и структурируют существующие знания об управлении процессами в контакт-центре, но и разбирают множество реальных проблемных ситуаций, выявленных специалистами Апекс Берга в ходе консалтинговых проектов и при проведении аудитов в контакт-центрах различных компаний.

Курс построен с учетом требований профессионального стандарта РФ для специалистов и руководителей контактных центров (регистрационный номер 1149). Кроме этого, данный курс рекомендуется для подготовки к сдаче профессионального экзамена «Линейный руководитель» в системе сертификации менеджеров контакт-центров – ИСССИ)

Особое внимание на тренинге уделяется системе показателей эффективности (КРІ/КПЭ), необходимых для контроля на уровне каждого оператора группы. В ходе курса детально разбираются показатели, особенности их измерения, типовые ошибки, а также составляет полная карта КРІ оператора КЦ для работы в различных каналах.

Цель курса – обучить участников принимать управленческие решения на основании анализа данных.

Задачи курса:

- Определить структуру показателей, измеряемых на уровне группы и на уровне каждого оператора
- Изучить показатели в областях управления КЦ: Доступность, Качество обработки контактов, Производительность, Результативность продаж
- Изучить методы и инструменты анализа показателей
- Изучить методику принятия управленческих решений на основании анализа данных
- Изучить типовые проблемы и ошибки в управлении КЦ и способы их избежать.

Программа курса

1. Вступление, постановка задачи.

2. Основы управления контактными центром

2.1. Основные понятия и определения

2.2. Качество, Удовлетворенность, Лояльность – связь понятий

2.3. Стратегическая задача КЦ и ее связь с системой КРІ

3. Как необходимо работать с показателями?

3.1. Для чего используются метрики в контакт-центре

3.2. Объекты управления: оператор – группа – процесс

3.3. Непрерывные и дискретные контакты, связь с измеряемыми метриками

3.4. Триггеры несоответствий

- 3.5. Процесс устранения несоответствий
- 4. Карта KPI операторов для анализа супервайзером**
- 5. Группа показателей доступности. Входящие запросы**
 - 5.1. Маршруты и статусы входящих вызовов
 - 5.2. Понятие блокировки Типа А и Типа В
 - 5.3. Показатели процессов: Service Level, ASA, AR/LCR
 - 5.4. Показатель Escalation Rate, особенности работы с операторами
- 6. Метрики доступности для дискретных контактов**
- 7. Особенности измерения показателей доступности в текстовых каналах (чаты, Social Media, мессенджеры)**
- 8. Доступность – причинно-следственные факторы**
- 9. Оперативное управление доступностью КЦ**
 - 9.1. Роли в процессе управления доступностью. Задачи супервайзеров.
 - 9.2. Управление нагрузкой
 - 9.3. Управление дефицитом и профицитом ресурсов
- 10. Упражнения, расчеты – измерение KPI доступности**
- 11. Группа показателей производительности**
 - 11.1. Показатель АНТ
 - 11.2. Работа с длительными диалогами операторов
 - 11.3. Выявление общих и индивидуальных причин отклонений
 - 11.4. Особенности работы с компонентами АНТ (Ring, Hold, Talk, ACW)
 - 11.5. Воронка потерь контрактного времени операторов
 - 11.6. Показатели Occupancy, Utilization, Absence
- 12. Особенности измерения показателей производительности в текстовых каналах (чаты, Social Media, мессенджеры)**
- 13. Упражнения, расчеты – измерение KPI производительности**
- 14. Управление результативностью продаж**
 - 14.1. Определение результата на уровне КЦ и на уровне компании
 - 14.2. Воронка входящих продаж
 - 14.3. Показатели Conversion Volume, Conversion Rate, Sales Volume, Sales Rate
 - 14.4. Режимы совершения исходящих вызовов
 - 14.5. Статусы исходящих контактов. Воронка исходящих контактов.
 - 14.6. Показатели процесса обработки исходящих контактов
- 15. Группа показателей качества обработки контактов**
 - 15.1. Классификация ошибок
 - 15.2. Показатели FCR и Repeat Rate
 - 15.3. Показатели критических ошибок для оценки процессов
 - 15.4. Показатель Contact Quality для оценки операторов
- 16. Особенности измерения показателей качества в текстовых каналах (чаты, Social Media, мессенджеры)**
- 17. Процесс мониторинга качества обработки контактов - обзор**
 - 17.1. Требования к организации процесса мониторинга
 - 17.2. Организация процесса мониторинга качества на уровне сервисов КЦ

17.3. Организация процесса мониторинга качества на уровне операторов

17.4. Полевая работа супервайзеров

17.5. Требования международных стандартов к процессу мониторинга качества

18. Показатели удовлетворенности и недовольства клиентов

19. Отчетность и графическое представление данных – самостоятельное изучение

20. Завершение тренинга. Ответы на вопросы

Открытый курс - онлайн-формат

Продолжительность и расписание

- Даты проведения: определены в расписании курсов на сайте
- Продолжительность курса: **4 дня**.
- Начало занятий: **09:00**
- Окончание занятий: **14:00**
- Перерывы: **11:30 - 12:00** – обед

Что понадобится:

- Ноутбук или стационарный компьютер. Участвовать в курсе с планшета или мобильного телефона возможно, но менее удобно и менее результативно
- Доступ в сеть Интернет, колонки или наушники
- Блокнот и ручка для ведения заметок
- Для участия в обсуждениях желательно иметь web-камеру или гарнитуру

Курс проводится с использованием следующих инструментов:

- Zoom – основная платформа. Мы рекомендуем подключаться через установленное приложение, а не через браузер.
- Miro / Lucid – сервисы для совместных обсуждений и мозговых штурмов. Ссылки на используемые платформы будут в приглашении на курс
- Kahoot / Quizizz – платформы для проведения тестирования, игровых викторин для закрепление пройденного материала. Ссылки на используемые платформы будут в приглашении на курс
- MS Word / MS Excel – инструменты для выполнения домашних заданий
- Презентации и учебные материалы – предоставляются в электронном виде

Корпоративный курс:

Любой наш курс или тренинг мы готовы провести в корпоративном формате для Вашей компании — обучаются только Ваши сотрудники.

Обучение доступно как в онлайн-формате, так и в очном формате с выездом ведущего курса к Вам в контакт-центр в любую страну и город или на нашей территории.

Преимущества корпоративного обучения

- Стоимость курса определяется за группу учащихся целиком. Для групп от 5-6 человек это дешевле, чем обучение в открытом формате
- Максимальный размер группы – 20 человек.
- Возможность обсудить и скорректировать программу курса.
- Адаптировать учебные материалы под специфику работы контакт-центра.
- Сотрудники лучше усваивают материал в привычной обстановке.
- Не нужно оплачивать отпускные и билеты сотрудникам, если тренинг проводится на Вашей территории

Параметры очного формата

- Продолжительность курса: 2 дня.
- Начало занятий: 10:00
- Окончание занятий: 18:00
- Перерывы:
 - 11:45 - 12:00 – кофе-брейк
 - 13:30 – 14:30 – обед
 - 16:00 – 16:15 – кофе-брейк