

EXPERT CLASS

# CONTACT CENTER MANAGEMENT



Zesde editie van een unieke opleiding voor leidinggevende en verantwoordelijke contactcenterprofessionals. De post experience opleiding is gebaseerd op het Contactcenter Operating Model, CCOM<sup>®</sup>, de gestructureerde bundeling van vele jaren ervaring in operationeel management van contactcenters.

*Ondernemingen die het goed doen begrijpen de strategische waarde van contactcenters. Ze definiëren een klantwaardestrategie die kostenbeheersing en inkomstenwerving in evenwicht houdt. De integratie van contactcenters in de rest van de organisatie, gesegmenteerde dienstverlening en marktbenadering zijn van strategisch belang. Klantwaardestrategie moet vertaald worden in concrete actie wat betekent dat organisatie, structurering, opleiding, motivatie, kortom professioneel management in dit vakgebied de juiste aandacht verdienen. Voldoende klanten, de juiste klanten en tevreden klanten. Klanten die zich met gemak bedienen van de kanalen die hen het beste liggen. Klanten die inspiratie opdoen en hun budget beter besteden. Klanten zijn van strategisch belang voor een onderneming en contactcenters zijn een belangrijke en soms de belangrijkste schakel tussen de klant en de organisatie.*

## LEERDOELSTELLINGEN

De Expert Class heeft tot doel leidinggevend en verantwoordelijken te vormen en te erkennen met een getuigschrift.

De opleiding is gebaseerd op het contact center operating model cfr infra. dat 56 essentiële contactcenterprocessen definieert en voor elk van hen objectieven en managementrichtlijnen beschrijft.

Gedurende de opleiding werken de deelnemers onder begeleiding van één van de lesgevers aan een eindwerk dat bij voorkeur – om reden van win-win - aansluit bij de eigen werkomgeving.

Na de opleiding kunnen de deelnemers:

- Waarde creëren met het contactcenter door strategie te vertalen naar operaties en omgekeerd.
- De waardebijdrage van het contactcenter 'vertalen' in KPI's en daarmee gelieerde kritische succesfactoren.
- Het positieve verband tussen performance en bottom line result begrijpen en kunnen realiseren.
- Professioneel en zelfstandig een contactcenter organiseren en aansturen in al zijn facetten in functie van het bereiken van de vooropgestelde doelstellingen.
- Zelfstandig een blauwdruk, service improvement plan en contactcenter budget opstellen.
- Het contactcenter integreren in de andere bedrijfsprocessen door het verbeteren van de interactie met andere departementen.
- Activiteiten ontwikkelen of optimaliseren in het contactcenter die bijdragen tot kostenbeheersing of inkomstenwerving.

## DOELGROEP

De Expert Class Contact Center Management richt zich op middle- en senior management.

- Contactcentermanagers en -professionals die zich willen vervolmaken,
- Young graduates die in contactcenters een carrière pad zien,
- ICT-ers die de business context en operations van contactcenters willen doorgronden,
- Managers die (on)rechtstreeks met contactcenters te maken hebben,
- Consultants die met contactcenters te maken hebben,
- ...

## INHOUD

De Expert Class Contactcenter management is een intensieve opleiding die essentiële onderdelen van contactcenter management behandelt.

### 1. Corporate identity

De ondernemingsidentiteit behelst 3 elementen, nl. het imago (uitstraling), de communicatie en het gedrag van de medewerkers. De waardecreatie binnen het contactcenter moet volledig in lijn liggen met de waarden die door de onderneming worden onderschreven. Het contactcenter maakt deel uit en bepaalt ook in belangrijke mate de identiteit van de onderneming.

### 2. Vision, Mission & Strategy

Visie, missie en strategie van het contactcenter moeten volledig in lijn liggen met het grotere geheel. Ondernemingen zetten contactcenters in voor bereikbaarheid, bereik, klantentevredenheid, sales, service en collect. Het contactcenter creëert op die manier waarde.

### 3. Business Administration

De becijfering en opvolging van de activiteiten van een contactcenter is cruciaal:

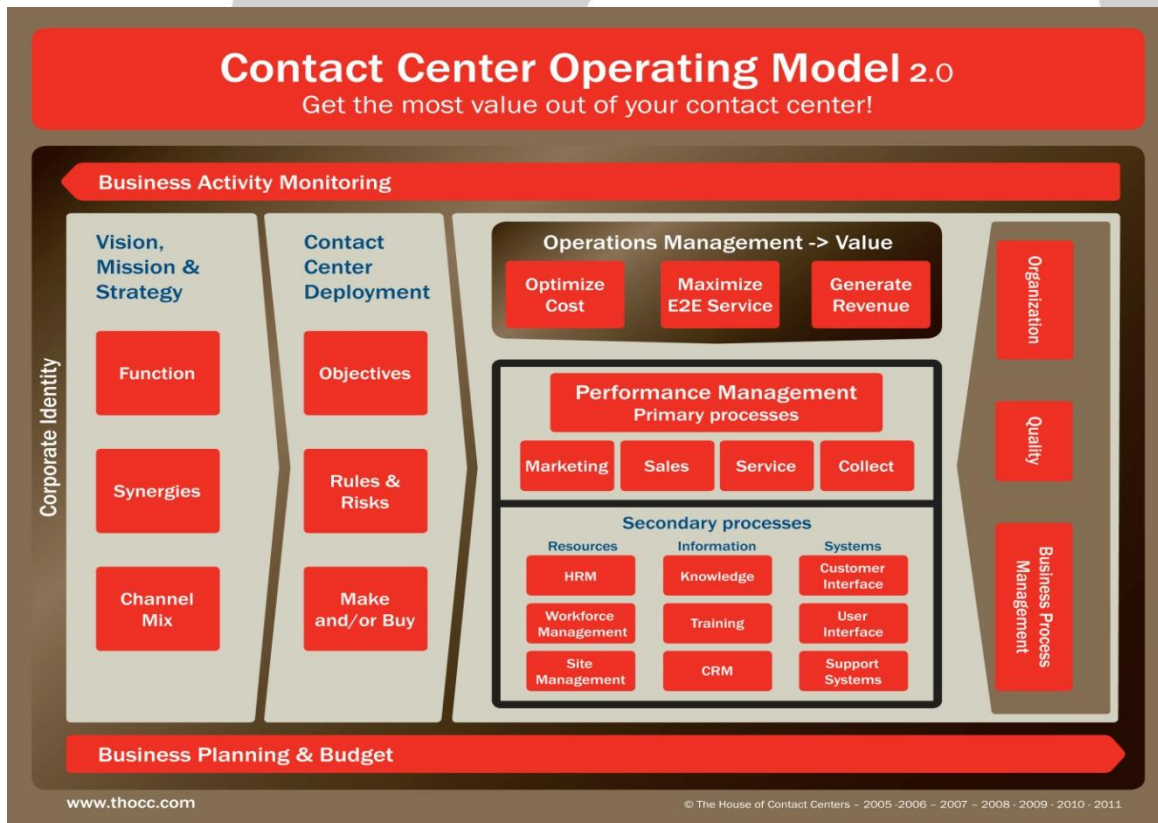
- A. De opmaak van een business plan en budget op basis van de 'high level' objectieven.
- B. Het opvolgen van de ingezette middelen, vooropgestelde resultaten en de kritische processen die daartoe leiden door middel van 'business activity monitoring':de management cockpit.

### 4. Deployment

De concretisering van een contactcenter is een complex proces. Uitgaande van weldoordachte doelstellingen en rekening houdende met interne en externe spelregels worden activiteiten uitgebouwd. Dit binnen de eigen organisatie en/of in samenwerking met externe dienstverleners.

### 5. Organisatie, proces management en documentatie

In functie van de operationele doelen ontwikkelt de functionele organisatie van het contactcenter primaire en ondersteunende processen. De organisatie hiervan wordt verzekerd door het invullen van rollen en verantwoordelijkheden.



Ook de verankering met alle belangrijke bedrijfsprocessen en samenwerking met andere departementen maken hier deel van uit. Vanuit een gedocumenteerde processtructuur en integrale kwaliteitszorg wordt de goede werking van het contactcenter geborgd.

**6. Waardecreatie**

Het aantonen of ontwikkelen van activiteiten die bijdragen tot het bedrijfsresultaat is een belangrijke hefboom om van het contactcenter een krachtig instrument te maken. Vanuit deze waardestrategie en een gedegen (financiële) analyse wordt systematisch gewerkt aan kostbeheersing, service- en procesverbetering, retentie- en ontwikkeling van klanten.

**7. Operations & Performance Management**

De Contactcenter Manager kan instaan voor kostefficiëntie, E2E servicemaximalisatie en het genereren van inkomsten. Dat betreft het simultaan

besturen van een tiental primaire en secundaire processen/taken die ook nog een onderling samenhangen. De meestvoorkomende primaire processen in contactcenters zijn: marketing, sales, service en collect.

Deze primaire processen worden ondersteund door resources management, information management en ICT.

**8. Resources**

Het juiste aantal mensen wordt op het juiste moment op de juiste plaats ingezet. Dit vergt een HR-beleid waarin doordachte rekrutering wordt gecombineerd met systematische evaluatie, ontwikkeling en retentie van werknemers. Workforce Management zorgt op zijn beurt voor een correcte inschatting, planning en real-time aansturing van agents. In geval er meerdere sites zijn is de onderlinge afstemming een extra aandachtspunt voor resources management.

**9. Information**

Medewerkers beschikken op hun werkplek over toegankelijke, gebruiksvriendelijke en correcte informatie. Dit is mogelijk door goed georganiseerde verzameling, distributie en opslag van data.

Training houdt de kennis van medewerkers up-to-date. Het contactcenter gebruikt niet alleen informatie, maar levert en valideert er ook (CRM).

**10. ICT**

Het contactcenter en de klant worden op continue wijze ondersteund door gedocumenteerde, performante, geïntegreerde en redundante systemen. Deze systemen worden automatisch opgevolgd door kpi's en rapportering. Het contactcenter heeft configuratierecht van bepaalde applicaties binnen het contactcenter. Voor alle andere toepassingen wordt een SLA met IT uitgewerkt en opgevolgd.

## MEERWAARDE

Dit is een unieke opleiding in Vlaanderen. Nooit eerder werd een zo volledige opleiding voor de sector ontwikkeld. Ervaring en onderzoek vormen de hoekstenen van het aangeboden concept dat reeds zijn deugdelijkheid heeft bewezen.

## TALEN

Nederlands, Frans en Engels

## TYPE OPLEIDING

Deeltijds, maandag van 13:30 tot 20:30 u

## CERTIFICAAT

De toekenning van het certificaat is gebaseerd op een actieve participatie en een positieve beoordeling van het eindwerk.

## CONTACTUREN

De opleiding bestaat uit 130 contacturen.

## WERKVORM

De opleiding start met een residentiële tweedaagse die tot doel heeft de opleiding te kaderen en de doelstellingen vast te leggen. Daarna volgen 18 samenhangende modules waaronder 3 workshops, onderling verbonden in het eindwerk.

## LOCATIE

Openingsessie:

Hotel Vé, Vismarkt, Mechelen  
Vrijdag 30 september en zaterdag 1 oktober 2011

Na het residentiële openingsweekend gaan de sessies door in The House of Contact Centers te Mechelen. Er zijn ook enkele sessies op verplaatsing, zie lessenrooster.

## PROGRAMMALEIDING

The House of Contact Centers, Inge Vissers & David Gybels

## PRIJS

6.000 EUR (excl. 21% BTW)  
2<sup>de</sup> inschrijving: -30%

Deze opleiding is

gecertificeerd door Qfor.

Het Qfor-label garandeert kwaliteit en biedt subsidiemogelijkheden voor KMO's.

[www.qfor.org](http://www.qfor.org)

## INSCHRIJVINGSMODALITEITEN

Voor meer informatie over deze opleiding:

The House of Contact Centers

Veemarkt 5

B-2800 Mechelen

+32 15 34 54 94

[www.thocc.com/main/opleiding](http://www.thocc.com/main/opleiding)

## TESTIMONIALS

*De opleiding geeft een zeer realistisch beeld van de betekenis en impact van een contactcenter in de organisatie. Johan, Essent.*

*De coaching van een expert tilt je eindwerk/organisatieproject tot een hoog niveau. Heidi, Touring.*

*l'Expert Class est une porte ouverte à tous les amoureux du contactcenter. Rachid, ING Contactcenter.*

*De cursus heeft me een helicopterview van het contactcenter gegeven. Isabelle, Mobistar.*

*Het is ook een management cursus. De klemtoon ligt evenzeer op algemeen management als op het contactcenter gebeuren. Gunter, PWC.*

*Nu heb ik het gevoel dat ik in de cockpit zit, daarvoor voelde ik mij passagier. Stefan, TNT.*

*Un apprentissage unique et indispensable où se croisent talent et expertise, et dont le ROI est bien plus que positif. Angéline, THoCC.*

*Als contactcenter adviseur met technische achtergrond wou ik dichterbij de business staan. Echt begrijpen wat de noden en behoeften van mijn klanten zijn. Joris, Velocitas*

*De cursus is module per module opgebouwd, en valt op het eind netjes samen. Ik heb nu een referentiekader waarbinnen ik al mijn beslissingen kan afwegen. Ludo, ING Contactcenter.*

*Je wordt verplicht om de dagdagelijkse operationele activiteiten meer van op afstand te bekijken, pijnpunten te ontdekken en deze structureel aan te pakken. Marijke, Call-IT.*

*Deze expert class heeft me de visie en de tools gegeven om het contactcenter de plaats te geven binnen de onderneming die het verdient. Ives, Tennant.*

*Deze cursus heeft mij een helikopter view gegeven over het contactcenter: breder kijken dan je eigen gebied en voorop zijn door kennis van de nieuwste trends in de verschillende domeinen. Uriah, Santander Consumer Finance.*

Tevredenheid deelnemers: 8,7/10

## DOCENTEN

### Lesgevers, in alfabetische volgorde:

Johan Crols, Essent

Johan Cusseneers, Vierkant

Christophe Degrez, Nuon

Peter Depoorter, Ideal Systems

Prof. Bart Dietz, Erasmus Universiteit. R'dam

Peter Edel, Quentris

David Gybels, The House of Contact Centers

Wim Keppens, Process Cube

Eddy Libeer, Idecom/Corelio

Cris Luyckx, The House of Contact Centers

Dirk Marien, The House of Contact Centers

François Rossillion, KBC

Benno Schiffer, Tele'Train

Christophe Vandecaveye, Be Aligned

Philip Vanhoutte, Plantronics

Frank Van den Berg, Relaytion

Yann Van den Branden, Quicksilver Productions

Joris Van Rijmenant, Velocitas

Marc Van Remoortere, eXimius

Prof. Jan Verelst, Univ. Antwerpen

Inge Vissers, The House of Contact Centers

