

Aumente la rentabilidad y fidelidad de su cliente a través del CONTACT CENTER

Multicanalidad, herramientas BI, oportunidades de negocio, offshoring, fidelización, atención al cliente y servicios in the cloud



Madrid, 23 de abril de 2012
Auditorio Unidad Editorial

Aprobado raspado para las empresas españolas por su atención al cliente

... La calidad del servicio que las compañías prestan a sus clientes en España es, por norma general, deficiente. De hecho, la media se sitúa en el 6.5, acercándose más al suspenso que a la excelencia.

Marketingdirecto.com. 26 de octubre de 2011

Estimado amigo,

Las actuales tendencias en el comportamiento de los consumidores, obligan a un desarrollo cada vez más acelerado de los contact center para satisfacer todas las demandas en sus **distintos servicios de atención**.

La nueva situación viene marcada por los **servicios in the cloud** y el auge de las redes sociales que posibilitan la **multicanalidad**. De esta forma, se garantizan servicios de alta calidad, incluyendo **sistemas de autogestión**, descentralizando el flujo de llamadas telefónicas y accediendo a todas las peticiones por parte del cliente.

Así los servicios de atención se han transformado en un valor estratégico ya no sólo para las compañías, sino también para los usuarios.

No existe un canal predominante para los consumidores, pero **el 70% de los usuarios en el mundo**, han utilizado sólo servicios de atención telefónica en los últimos tres meses.

Unidad Editorial Conferencias y Formación, consciente de la multicanalidad y el valor añadido que le supone un buen Contact Center 2.0, organiza el próximo **23 de abril** la Conferencia **CONTACT CENTER** donde podrá conocer:

- » Los **nuevos modelos de reclamación** contemplados en la ley de atención al cliente
- » Las **herramientas tecnológicas** para mejorar la rentabilidad de las acciones en el Social Media y posicionar su imagen corporativa
- » Estrategias de posicionamiento para la **Generación de leads – Redes de Afiliación**
- » **Nuevas oportunidades de negocio** y sinergias en los centros de atención
- » **¿Qué valor añadido me ofrece la información captada y cómo venderla?**
- » **¿Cómo dar respuesta a su cliente en tiempo real: RTD, Real Time Desioning?**
- » Análisis y optimización de los planes de contingencia para garantizar el **servicio 24x7x365**
- » Call Center: interno o externo para **conseguir no perder a ningún cliente**
- » **¿Cómo garantizar la fidelización a través de la gestión postventa y de incidencias?**
- » **Contact Center en la nube:** ventajas e inconvenientes

En espera de que este encuentro sea de su interés reciba un cordial saludo,

Eva Iglesias
Directora de Programas
UNIDAD EDITORIAL CONFERENCIAS Y FORMACIÓN

¿Quién debe asistir?

- ● ● Responsable del Contact Center
- ● ● Responsable de Atención al Cliente
- ● ● Director de Marketing
- ● ● Responsable de Innovación
- ● ● Responsable de Marketing On- Line
- ● ● Responsable de Canales Alternativos
- ● ● Responsable de Experiencia de Usuario
- ● ● Responsable de Usabilidad
- ● ● Responsable de Fidelización
- ● ● Responsable de Estrategia Corporativa
- ● ● Jefe de Desarrollo de Negocio
- ● ● Webmaster
- ● ● Responsable de Internet
- ● ● Director Comercial
- ● ● Product Manager

Agenda

8.30 Recepción de los asistentes y entrega de la documentación

9.00 Saludo y bienvenida:

UNIDAD EDITORIAL

9.15 Preside la Jornada

D. Mariano Castaños
Director General España
ATENTO

9.30 **Nueva Ley de Servicios de Atención al Cliente: SAC**

Las especificaciones más relevantes que hasta ahora se han hecho públicas en relación a esta nueva Ley de Servicios de Atención al Cliente (SAC) incluyen: números gratuitos para Atención al Cliente para las grandes empresas, servicio de atención telefónica obligatorio, resolver reclamaciones en un plazo máximo de un mes, atención personal directa, poder hablar con un agente en menos de un minuto, no hacer telemarketing en las reclamaciones... ¿Están preparadas las empresas antes los nuevos cambios que traerá la nueva ley?

- » Objeto de la futura ley: reclamar con eficiencia y calidad
- » ¿Qué ventajas aportará a los consumidores?
- » ¿Qué cambios supondrá para los operadores del contact center?
- » ¿Regulación u oportunidad?
- » Claves y oportunidades de negocio empresarial
- » ¿Es compatible la atención al cliente con el telemarketing?
- » Los nuevos modelos de reclamación contemplados en la ley de atención al cliente
- » La medición de los niveles de servicio: formación y auditoría
- » Impacto económico

Dña. Ana Marzo
Socio Fundador
EQUIPO MARZO

D. Rafael Ramírez Cruz
Gerente de Asesoría Jurídica
METLIFE

D. Íñigo Jiménez Aldama
Dirección Jurídica y Compliance
CETELEM

10.30 Coloquio y preguntas

10.45 Café

CREACIÓN DE CONTENIDOS E INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN DEL USUARIO A TRAVÉS DEL SOCIAL MEDIA CON

La evolución de los contact centers ha venido marcada por los canales de comunicación que los clientes utilizan para relacionarse con las empresas. La evolución ha sido desde el call center hasta el Contact Center Multicanal que hoy es un contact center social. Este nuevo concepto de contact center está orientado a clientes altamente informados y participativos que comparten opiniones y experiencias en las que reside valiosa información de marketing tanto para las empresas como para los consumidores.

11.15 **Contact Center 2.0: la evolución del call center tradicional a la multicanalidad**

- » Nuevas técnicas y herramientas Social Mediacon
- » Ofertas exclusivas vía twitter y facebook. ¿Se obtiene la respuesta esperada por el cliente?
- » Imagen y gestión 2.0
- » ¿Es el CC el lugar para dar soporte a la atención 2.0?
- » ¿Qué espera el cliente de hoy?
- » ¿Cómo establecer tu estrategia de atención 2.0?
- » Análisis del ROI y beneficios económicos
- » Las herramientas tecnológicas para mejorar la rentabilidad de las acciones en el Social Media y posicionar su imagen corporativa
- » ¿Cómo mantener la identidad corporativa y evitar suplantaciones?
- » Atención especializada y personal vs estandarización

D. Mariano Castaños
Director General España
ATENTO

D. Emérito Martínez
Director de Marketing
y Comunicación para España y Portugal
UPONOR

D. Juan José Sánchez Mayán
Jefe de Contact Center Operaciones
SEGURCAIXA ADESLAS

D. Arturo Burgos Sordo
Dirección División Atención al Cliente
GROUPAMA

Dña. Aleksandra Olszewska
Global Customer Service Manager
PRIVALIA

Dña. Sophie Haegeman
Directora Clientes
VENCA

12.15 Coloquio y preguntas

12.30 **La convergencia del branding con la atención al cliente en las redes sociales: comunicación y campañas de marketing 2.0**

- » ¿Cómo generar confianza en las relaciones online?
- » Branding e identidad corporativa digital
- » Nuevas tendencias en la comercialización digital
- » Mobile marketing y redes sociales
- » Estrategias de posicionamiento para la Generación de leads - Redes de Afiliación

D. Mauricio F. Adalid
Branding / Communications & PR Director
ROOM MATE HOTELS

D. Miguel López
Director de Marketing
TRABAJANDO.COM

13.00 **Aparición de nuevas oportunidades de negocio, sinergias en los centros de atención y ventajas para el usuario**

✓ La experiencia práctica de Orocash

- » Feedback y retorno de la información para la empresa
- » ¿Se optimiza toda la información para fidelizar al cliente?
- » ¿Pueden los clientes cambiar la estrategia y campaña de marketing en base a sus necesidades?
- » ¿Cuál es la información relevante para fidelizar a los clientes?

D. Carlos Ruiz López
Director Comercial y de Marketing
OROCASH

13.30 Coloquio y preguntas

13.45 **Optimización y motivación de los departamentos de atención al cliente**

✓ La experiencia práctica de Seur

- » ¿Cómo evitar la rotación del departamento y la fuga del talento?
- » ¿Cómo alcanzar el equilibrio entre motivación y remuneración?
- » ¿Cómo conseguir integrar y hacer parte de la empresa a todos los trabajadores?
- » ¿Cómo conseguir una comunicación de la situación y estrategia empresarial?

- » ¿Qué valor añadido me ofrece la información captada y cómo venderla?
- » ¿Cómo garantizar la formación del personal de forma eficaz?

Dña. Yolanda Fano
Directora Corporativa de SAC y Televenta
SEUR

14.15 Coloquio y preguntas

14.30 Comida

LAS MEJORES HERRAMIENTAS DE BI, CRM, SERVICIOS IN THE CLOUD Y OUTSOURCING A DISPOSICIÓN EN NUESTRA RELACIÓN CON EL CLIENTE

Los centros de contacto y el análisis de la voz del cliente pueden ayudarnos a hacer entender a toda la organización cuál es la dirección correcta para alinearse con las expectativas y necesidades del cliente. Resulta imprescindible que las herramientas analíticas sean de fácil uso y de mostrar resultados en la inteligencia del negocio desde el principio.

15.30 **¿Cómo mejorar la gestión del Contact Center y tomar las decisiones más acertadas a través de herramientas de business intelligence?**

✓ La experiencia práctica de Codere

- » ¿Cómo dar respuesta a su cliente en tiempo real: RTD, Real Time Desioning?
- » ¿Cómo tener toda la información del cliente en la llamada para poder ofrecer la mejor solución en el menor tiempo posible?
- » El cliente social y el Social CRM: ventajas y beneficios reales para su empresa
- » Call center: ¿interno o externalizado?
- » Ventajas e inconvenientes de cada modelo
- » ¿Existe un modelo ideal?
- » Criterios para la toma de decisión
 - ¿Cómo mantener el control?
 - Hacer que la información retorne a la compañía: satisfacción, servicio prestado, etc.

D. José Antonio Esteban
Director Sistemas Estratégicos
CODERE

16.00 Coloquio y preguntas

16.15 **¿Cómo garantizar tener todos los datos y expediente del cliente en tiempo real?**

✓ La experiencia práctica del Grupo Alesport

- » Involucración del Departamento de Sistemas en la estrategia empresarial
- » ¿Cómo dar los accesos y la información necesaria a los trabajadores?
- » Services Desk interno y externo
- » ¿Cómo evitar la redundancia de la infraestructura y ahorrar costes?
- » Análisis y optimización de los planes de contingencia para garantizar el servicio 24x7x365

D. Sergio Córdoba
Director de Informática
GRUPO ALESFORT

16.45 Coloquio y preguntas

17.00 **Gestión post-venta en Contact Center: una potente herramienta de fidelización**

✓ La experiencia práctica de Goodyear Dunlop

- » ¿Cómo garantizar la fidelización a través de la gestión postventa y de incidencias?
 - ¿Cómo integrar al cliente desde el corazón de las operaciones?

- Pre-venta, venta y post-venta. ¿Dónde fidelizamos?
- Procesos y KPI's: la voz del cliente y el motor del cambio

D. Óscar Franco
Director de Operaciones
GOODYEAR DUNLOP

17.30 Coloquio y preguntas

18.15 **Tendencias tecnológicas críticas en la atención al cliente**

- » Cloud Contact Center. ¿Moda o revolución?
- » Redes Sociales: opera bien o serás humillado por tus clientes
- » Internet Everywhere: ¿amenaza u oportunidad para el Contact Center?
- » Inteligencia Artificial. La vía para obtener ventajas competitivas

D. Jorge del Río
CEO
NUBEUM

D. Eduardo Tornos y de Inza
Responsable de Marketing
OPTICALIA SAN GABINO

19.00 Clausura y conclusiones

Patrocina:

ATENTO

Atento es la multinacional de servicios de Business Process Outsourcing (BPO), líder en el mercado latinoamericano y la segunda mayor del mundo por ingresos. Desde 1999, ha desarrollado su modelo de negocio en diecisiete países donde emplea alrededor de 152.000 personas. La compañía está gestionada por un equipo directivo que promedia casi veinte años de experiencia en la industria y tiene más de 550 clientes a los que ofrece una amplia gama de servicios mediante plataformas multicanal. Sus clientes son líderes en sectores tan variados como los de las telecomunicaciones, financiero, utilities, consumo y administraciones públicas, entre otros.

Atento está entre las 25 mejores multinacionales para trabajar en el mundo y ocupa la primera posición en España en el ranking de empresas con más de 1.000 empleados según Great Place to Work. Además ha sido reconocido como Mejor Outsourcer del año en los Premios CRC de Oro en las ediciones 2011 y 2010 y es la primera empresa de Contact Center por volumen de facturación según DBK.

Organiza:

Unidad Editorial Conferencias y Formación
Avda. de San Luis, 25. 28033 Madrid
Tel.: 91 443 53 36 • Fax: 91 443 69 95
infoconferencias@unidadeditorial.es

Siganos y planteen sus
cuestiones en nuestros
canales 2.0



Colabora:



CONFERENCIA Contact Center

Precio por inscrito:

1.000 € + 18% IVA

Precio:

**850 €
+ 18% IVA***
si se inscribe antes
del 29 de marzo
de 2012

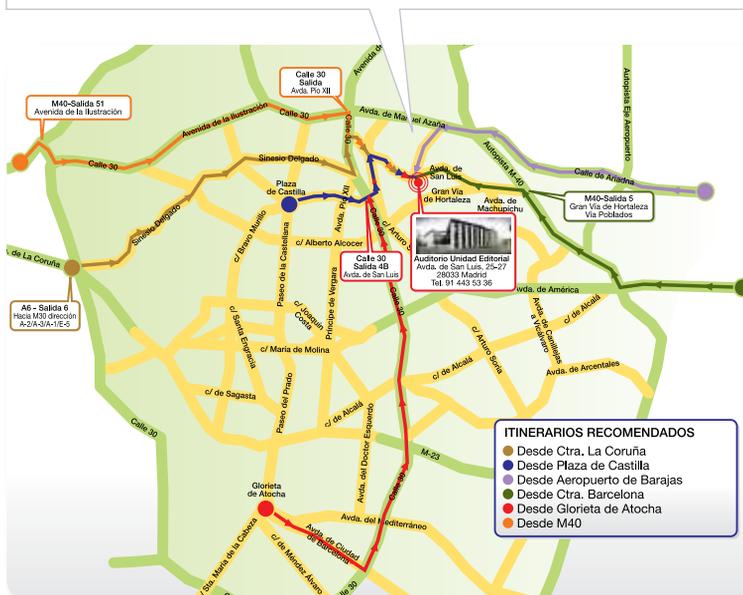
* Oferta no acumulable
a otras promociones
en vigor

Fecha y lugar de celebración

Madrid, 23 de abril de 2012

Auditorio Unidad Editorial
Avda. de San Luis, 25. 28033 Madrid

Tel. Unidad Editorial 91 443 53 36



Hoteles recomendados

- Hotel Nuevo Madrid**
C/ Bausá, 27. Tlf. 91 298 26 00. Distancia a la Sede de Unidad Editorial 1,8 km-6 minutos
- Hotel Confortel Pío XII**
Avda. Pío XII, 77. Tlf. 91 387 62 00. Distancia a la Sede de Unidad Editorial 4,1 km-9 minutos

Cancelaciones

- Si usted no puede asistir, tiene la opción de que un sustituto venga en su lugar, comunicándonos sus datos por escrito, al menos, 24 horas antes del comienzo del encuentro.
- Para cancelar su asistencia, deberá notificarlo por escrito al menos 1 semana antes del comienzo del curso. En este caso será retenido un 15% en concepto de gastos administrativos.
- En caso de no cancelar la inscripción o hacerlo en menos de 24 horas, no será reembolsado el importe de la Conferencia.

Ventajas fiscales asociadas a esta Conferencia

La cuota de inscripción de esta Conferencia constituye un gasto fiscalmente deducible tanto para empresas, Impuesto sobre Sociedades, como para profesionales, en el cálculo del rendimiento neto de actividades económicas, IRPF. Al mismo tiempo, puede beneficiarse de una deducción en la cuota íntegra de ambos impuestos, por el 5% de su importe.

Transportista Oficial



Para Asistentes, Comité Organizador y Ponentes Invitados:

Para vuelos **Nacionales, Europeos e Intercontinentales** destino final el lugar donde se celebre el Evento y v.v. (OW y/o RT):

- 45% de descuento sobre tarifas completas en **Business**
- 50% de descuento sobre tarifas completas en **Turista**

Para vuelos directos, operados por AIR NOSTRUM (IB-8000):

- 30% de descuento sobre tarifas completas **Business y Turista**

Hoteles colaboradores

Indique su asistencia a este evento para formalizar su reserva



Hotel NH Abascal
Teléfono de Reservas: 91 441 00 15
Consulte precio especial



Hotel InterContinental Madrid
Teléfono de Reservas: 91 700 73 00
Consulte precio especial



Hotel Petit Palace Embassy
Teléfono de Reservas: 91 431 30 60
Consulte precio especial

Cómo inscribirse

- Entre en www.conferenciasyformacion.com
- Regístrese como usuario
- Seleccione la conferencia a la que desea asistir y pulse "inscríbese ahora"
- Indique el número de inscripciones y pulse "actualizar total" y a continuación "comprar"
- Compruebe que sus datos están correctos y pulse "enviar"
- Elija forma de pago: Tarjeta VISA Transferencia
- Recibirá automáticamente confirmación de su inscripción vía e-mail

conferencias

••• y formacion.com

C_CALLCENTER