

## **BANDO FORMAZIONE MANAGERIALE**

### **“OPERATORE CONTACT CENTER”**

#### **SEDE TERRITORIALE DI ROMA**

#### **Introduzione**

Le nuove tendenze in atto nei mercati, sempre più caratterizzati dalla presenza di servizi, comportano una maggiore sensibilità di ogni singola struttura pubblica e/o privata verso il proprio bacino di utenza, con forme di assistenza sempre più dirette, mettendo a disposizione canali di comunicazione facilmente fruibili ed accessibili (telefono, email, web), soprattutto in considerazione della diminuzione dell'utilizzo dei media tradizionali.

Stando ai dati dell'ultimo Rapporto Censis sulla situazione sociale del Paese 2014: aggiungono ancora spunti di lettura dei fenomeni, della realtà e delle esigenze sociali e offrono indirettamente anche molte risposte alla forte crescita di servizi di assistenza telefonici: oggi usa internet il 71% degli italiani e crescono ancora i social network con il 50,3% dell'intera popolazione iscritto a Facebook (il 77,4% dei giovani under 30) e il 10,1% degli italiani usa Twitter. Tra i consumi mediatici giovanili e quelli degli anziani. L'85,7% dei giovani usa telefoni smartphone, mentre tra gli anziani (ultrasessantacinquenni) solo il 13,2%; e se un giovane su tre (il 36,6%) ha un tablet, solo il 6% degli anziani lo usa.

In tale prospettiva il Contact Center rappresenta una risorsa strategica per qualsiasi struttura moderna, uno strumento essenziale per lo sviluppo della competitività aziendale e per una comunicazione a 360° con il mercato. Infatti il ricorso a tale strumento da parte delle aziende in Italia, sta crescendo a ritmo vertiginoso, non costituendo esclusivamente un canale di vendita alternativo o un mezzo per sviluppare i rapporti con la clientela, ma rappresentando un mezzo certamente innovativo, capace di modificare la stessa struttura della società che ne fa uso.

Da un assetto verticale di tipo gerarchico, si sta procedendo verso una struttura aziendale di tipo circolare in cui il Contact Center diventa l'interfaccia dell'azienda con il mercato, assicurando l'opportuno feed-back comunicativo tra azienda e clienti. Oggi, infatti, qualsiasi contatto tra un'azienda e la sua clientela/utenza rappresenta un'opportunità per accrescere il valore dell'immagine dell'azienda stessa o consolidare quella acquisita.

Da quanto sopra enunciato, nasce l'esigenza di formare la figura professionale dell'Operatore di Contact Center, altamente qualificata che possa rispondere con prontezza ed efficacia ai bisogni di una clientela sempre più esigente, capace di trovare soluzioni rapide e soddisfacenti, che sappia interagire empaticamente con l'utenza e che sia flessibile.

L'operatore telefonico, negli ultimi anni, si è evoluto in senso multimediale ed interattivo, orientandosi verso un approccio che prevede non solo il tradizionale contatto telefonico, ma anche l'impiego di e-mail e del canale web.

Il suo compito è quello di accogliere le richieste, smistarle negli uffici di competenza, svolgere anche azioni di filtro nel caso di addetti al centralino.

In pratica, svolge una serie di azioni mediante attività sia inbound che in outbound, offrendo un valore aggiunto ai servizi offerti dall'azienda.

### **Obiettivi**

Il progetto, della durata complessiva di un anno e replicabile, si rivolge ai soggetti appartenenti alle categorie protette di cui alla L. 68/99, con l'intento di creare una figura professionale altamente qualificata che sappia rispondere telefonicamente o a mezzo web, in maniera sempre più adeguata ed esaustiva, alle richieste ed esigenze del mercato, qualunque possa essere l'ambito commerciale o di settore in cui svolga il suo lavoro, agevolando e aumentando così le possibilità di inserimento o reinserimento professionale del lavoratore.

Obiettivo del corso, è quindi, quello di impartire ai discenti una serie di nozioni fondamentali che permettano loro di acquisire capacità e competenze spendibili in diversi ambiti lavorativi:

- conoscenza dei modelli della comunicazione;
- conoscenza delle tecniche e strategie di vendita;
- gestione del rapporto qualità tra servizio atteso e servizio recepito dal cliente;
- conoscenza delle tecniche relative alla comunicazione telefonica;
- apprendimento del ruolo della relazione interpersonale nella valutazione del servizio;
- acquisizione di atteggiamenti e stili relazionali volti alla cooperazione nel contesto lavorativo;
- ascolto empatico e attivo del cliente per meglio rispondere alle esigenze dell'utenza;
- conoscenza e capacità di utilizzo dei sistemi telematici;
- acquisizione di nozioni fondamentali per utilizzare il gestionale applicativo finalizzato alla registrazione e archiviazione dati;
- acquisizione di nozioni sulle normative riguardanti la privacy e l'utilizzo dei dati sensibili.

### **Destinatari**

Il progetto è rivolto ad un massimo di 12 soggetti di età compresa tra i 18 e i 50 anni, in qualità di soggetti appartenenti alle categorie protette di cui alla L. 68/99 residenti nella provincia di ROMA.

Rappresentano, inoltre requisiti fondamentali:

- diploma di scuola media inferiore
- familiarità con il pc, gentilezza, pazienza, buona dialettica, capacità di ascolto e di relazione.

## **Formazione**

L'attività formativa sarà svolta da un team di docenti esperti sia interni che esterni, altamente qualificati, avendo come fine quello di:

- aumentare la consapevolezza sull'importanza del ruolo di operatore e prima interfaccia dell'Azienda a cui viene affidato il compito di comprendere i bisogni del Cliente/Utente, per soddisfarli indirizzandone opportunamente i quesiti più specifici al personale interno competente del settore, qualora non possa essere direttamente soddisfatta la richiesta da parte dell'operatore stesso;
- migliorare l'approccio relazionale con il Cliente;
- effettuare uno stage all'interno di una struttura no profit, inserendo gli operatori nei Contact Center dedicati, iniziando un percorso di avviamento in un team di operatori già formati ed esperti.

Il percorso formativo avrà una durata complessiva di 60 ore e sarà articolato in 4 fasi principali:

### ***I Fase***

- Principali competenze trasversali in ambito professionale:

## **COMPETENZE COGNITIVE – INTELLETTUALI**

*PROBLEM-SOLVING* - capacità di analizzare ed interpretare gli elementi utili all'identificazione e all'applicazione di efficaci soluzioni anche in situazioni problematiche. Si distingue in capacità di analisi di un problema, scomponendolo in segmenti essenziali che risultino tuttavia collegati da connessioni logiche; capacità di sintesi degli elementi importanti emersi dall'analisi del problema arrivando alla proposta di soluzioni fattibili.

*INNOVATIVITA'* – approccio ai problemi caratterizzato da libertà nel comporre in modo diverso dati di natura omogenea e dalla ricerca ed elaborazione di idee innovative e soluzioni originali. E' la capacità di operare intellettualmente, a fronte divincoli dati, in modo da saper compiere una "ristrutturazione del campo", che consenta di esplorare nuove possibilità logiche nella soluzione del problema.

*RACCOLTA ED ELABORAZIONE DI INFORMAZIONI* - curiosità nell'avere le informazioni esatte per definire un problema, individuare nuove idee progettuali, migliorare sistemi gestionali in atto.

*CAPACITA' TECNICHE-PROFESSIONALI* – utilizzare, trasferire le conoscenze teoriche e metodologiche più appropriate alle diverse situazioni di lavoro.

## **COMPETENZE DI REALIZZAZIONE – GESTIONALI**

*ORIENTAMENTO AI RISULTATI* - interesse a lavorare bene e a misurarsi con standard d'eccellenza; lo standard può essere soggettivo come impegno costante a migliorare la propria performance, oggettivo come impegno a raggiungere gli obiettivi assegnati nei tempi prestabiliti. E' la capacità di porsi in modo realistico delle mete ed attivarsi con consapevolezza nel perseguirle.

*SPIRITO DI INIZIATIVA* - predisposizione ad agire. Iniziativa è fare più di quanto sia richiesto dalla mansione o dalle aspettative inerenti il ruolo occupato, allo scopo di migliorare o perfezionare i risultati della mansione, o di evitare problemi, o di trovare o creare nuove opportunità.

*STESURA DI RAPPORTI E RELAZIONI* - capacità di esprimersi in forma scritta, strutturando l'esposizione secondo un'impostazione logica che focalizzi i punti essenziali, che dia evidenza dello stato di avanzamento lavori, del grado di raggiungimento degli obiettivi, dello stato di fatto di particolari temi, situazioni.

*CONTROLLO OPERATIVO* - capacità di controllare lo stato di avanzamento di un progetto in confronto alle scadenze; verificare la completezza dei dati, evidenziare eventuali carenze o punti di debolezza e attivarsi per mantenere ordine nei sistemi stabiliti.

*FLESSIBILITA' OPERATIVA* - capacità di saper applicare le regole-procedure in modo flessibile tenendo conto della peculiarità della situazione, per poter raggiungere un obiettivo di più vasta portata.

## **COMPETENZE RELAZIONALI**

*DISPONIBILITA' AI RAPPORTI INTERPERSONALI* - capacità di ascoltare attentamente e di capire e rispondere ai sentimenti e alle preoccupazioni degli altri anche se non manifestati o parzialmente espressi. La sensibilità interpersonale è alla base della capacità comunicativa e si manifesta attraverso la comprensione delle cause degli atteggiamenti e dei modelli di comportamento o dei problemi degli altri e quindi attraverso la capacità di rispondervi adeguatamente.

*COMUNICAZIONE VERBALE* - capacità di esprimere con chiarezza ed efficacia il proprio pensiero. E' fondamento della capacità di persuasività e influenza, intesa come desiderio di avere un'influenza o un effetto specifico sugli altri, in modo da convincerli del valore delle proprie idee, proposte, motivazioni. E' inoltre fondamento della capacità di negoziazione, intesa come abilità ad orientare, stimolare individui o gruppi nel risolvere i conflitti e/o ricercare soluzioni di reciproco interesse.

*COMUNICAZIONE NON VERBALE* - comprende tutti gli aspetti di uno scambio comunicativo che non riguardano il livello puramente semantico del messaggio, ossia il significato letterale delle parole che compongono il messaggio stesso, ma che riguardano il linguaggio del corpo, ossia la comunicazione non parlata tra persone. Inoltre importantissimi sono i tanti codici della cultura comune i quali ci aiutano a capire i vari messaggi che le parole, i toni e i movimenti del corpo, esprimono solo parzialmente.

*LAVORO IN GRUPPO* - lavorare in collaborazione con gli altri, essere parte di un gruppo piuttosto che lavorare da soli o in competizione. E' la capacità dell'individuo di stabilire dei contatti con altri soggetti onde pervenire a dei risultati che vanno oltre la somma dei contributi dei singoli membri, in quanto scaturiscono da un reciproco influenzamento di opinioni.

*ORIENTAMENTO AL CLIENTE* - implica il desiderio di aiutare o servire gli altri, di soddisfare i loro bisogni. Significa concentrare i propri sforzi sulla ricerca e la soddisfazione dei bisogni del cliente.

## **COMPETENZE DI EFFICACIA PERSONALE**

*AUTOCONTROLLO* - capacità di conservare il controllo delle proprie emozioni e di evitare comportamenti negativi di fronte all'opposizione ed alla ostilità degli altri o in situazioni di lavoro emotive stressanti

*FIDUCIA IN SE'* - convinzione di poter assolvere un compito, di assumere decisioni o di convincere gli altri in qualunque situazione, anche critica, o di reagire costruttivamente agli insuccessi (riferimento alla percezione di auto efficacia personale nell'ambito lavorativo)

*FLESSIBILITA'* - capacità e la volontà di adattarsi e di lavorare efficacemente in un'ampia gamma di situazioni o con persone e gruppi diversi; capacità di comprendere ed apprezzare i punti di vista differenti od opposti ai propri, di adattarsi alle nuove situazioni e di cambiare od accettare facilmente i cambiamenti dell'organizzazione o dei compiti della mansione.

*IMPEGNO VERSO L'ORGANIZZAZIONE* - capacità, volontà di allineare i propri comportamenti alle necessità, alle priorità e agli obiettivi della propria organizzazione.

- Tecniche di vendita

Metodologie classificate e riconoscibili che vengono utilizzate nel corso di una trattativa di vendita allo scopo di ottenere l'esplicito consenso all'acquisto di un prodotto o di un servizio da parte di un potenziale compratore. L'ambito di riferimento è quello del processo negoziale messo in atto da chi svolge professionalmente l'attività di venditore, nel caso dell'operatore telefonico quando viene inserito in attività di telemarketing (per conto di aziende che si rivolgono ad uno o più mercati di clientela business e consumer).

- Tecniche di call handling

La capacità di ascoltare, saper essere gentili e disponibili, mantenere la calma, comprendere cosa il vostro cliente chiede veramente, saper dare la risposta corretta e riuscire a dare il giusto valore alla richiesta ricevuta.

- Nozioni di informatica

### **Hardware e software**

Introduzione al Personal Computer

L'interno del PC

Le reti informatiche

Il sistema operativo e il software

## **Microsoft Windows**

Il desktop e le icone  
Finestre e barre di navigazione  
Il cestino  
Guida in linea  
Accensione e spegnimento del computer

## **Gestione dei file**

Concetti fondamentali sulla memorizzazione dei dati  
Struttura delle cartelle e dei file  
Visualizzazione e gestione dei dati  
Creazione di un collegamento  
Estensione dei file  
Percorso e ricerca dei file  
Pannello di controllo  
Personalizzazione dell'ambiente  
Installazione e disinstallazione di programmi  
Personalizzazione dello schermo  
Temi del desktop

## **La manutenzione di Windows**

Concetti fondamentali sulla manutenzione  
Eliminazione file inutili

## **Internet e posta elettronica**

Concetti base  
Il browser  
Navigazione in internet  
Ricevere e inviare e-mail  
Cenni di Word ed Excel

- Nozioni sulla norme di sicurezza sul lavoro

Principi generali  
Prevenzione nei luoghi di lavoro  
Rischi generici

## ***II Fase***

Affiancamento del corsista ad un operatore già attivo sul servizio, in una struttura No profit, così modulato:

*Affiancamento passivo:* il corsista ascolta le risposte fornite dall'operatore facendo attenzione alla ricerca delle informazioni necessarie; in un secondo momento facendo attenzione a riconoscere le varie fasi della telefonata.

*Simulazione con affiancamento:* il corsista prende una telefonata fatta da un collega in simulata. Un Responsabile del servizio, affianca il nuovo operatore con i seguenti obiettivi:

- supportare l'acquisizione della competenza nell'utilizzo degli strumenti (trasferire chiamate, mettere in attesa, ecc.);
- supportare l'acquisizione della competenza nel reperimento dell'informazione;
- supportare l'acquisizione della competenza nella risposta telefonica (sviluppare nella conversazione le varie fasi della telefonata)

*Affiancamento attivo:* il corsista prende telefonate autentiche con l'affiancamento di un Responsabile del servizio. Al termine di ogni telefonata si produce al corsista un feed-back sulla base dei criteri che sono stati considerati nella simulazione.

### ***III Fase***

L'iter formativo si concluderà con un test di verifica finale, i migliori otto corsisti accederanno alla fase dello stage

Al termine del percorso tutti i partecipanti riceveranno l'attestato di frequenza al corso di formazione per operatore di contact center.

### ***IV Fase***

Nella fase dello stage della durata di un mese, gli stagisti avranno l'opportunità di applicare e sperimentare sul campo quanto appreso durante il corso di formazione, svolgendo l'attività di operatore di contact center all'interno di una struttura No profit, avendo come Tutor un operatore già esperto nel settore.