

Programa  
Superior en  
**Gestión  
de Contact  
Center**

PSGCC



*Aprende nuevas  
formas de conectar  
con tus clientes*

# Fórmate en la **dirección y gestión** de un **contact center** en un entorno crecientemente digital, social y multicanal

## Dirigido a...

- ▶ Responsables y directores en el ámbito venta y atención al cliente
- ▶ Profesionales o futuros profesionales de contact center
- ▶ Directivos y mandos intermedios en empresas usuarias y proveedoras de servicios venta y atención al cliente

## Objetivos



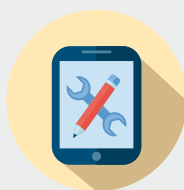
Conocer el **cliente** y **diseñar una estrategia** de relación con el mismo



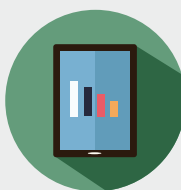
Aprender nuevas formas de **organización** y **gestión** de las operaciones de un contact center



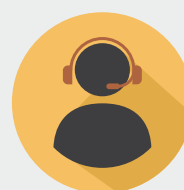
Profundizar en la gestión de **RR.HH. en entornos críticos** y la calidad de la experiencia con el cliente que genera la misma



Aprender las **últimas tendencias** y aplicaciones tecnológicas en contact center



Entender la conexión del contact center con el **mundo digital**: e-care, e-commerce, redes sociales, gestión de leads...



Integrar la **gestión en canales presenciales** en el contact center



Conocer y gestionar la **relación contractual y operacional** con proveedores



Dominar la gestión de la **calidad del servicio** y sus métricas



Diseñar e implementar la **experiencia de cliente y customer journey**

# Aprende nuevas formas de conectar con tus clientes

Hoy en día los centros de contacto con clientes constituyen el mayor -y a veces el único- punto de contacto de las organizaciones con los clientes, convirtiendo este área de atención y gestión en **un área de importancia estratégica en la gestión de experiencia de nuestros usuarios y clientes**, y en definitiva, en su satisfacción y fidelización.

Los centros de atención al cliente se crearon para servir de manera más efectiva, y con un mejor retorno, a los clientes de las compañías,

y han ido creciendo y evolucionando paralelamente al desarrollo tecnológico y de nuevos canales de contacto, como las **redes sociales**.

Todo esto demuestra la importancia de tener un **contact center profesionalizado**, dotado de los medios y tecnologías adecuados y, sobre todo, compuesto por equipos de **personas cualificadas y motivadas**, dirigidos por buenos profesionales con formación específica en la actividad.



“El Programa Superior de Gestión de Contact Center te va a permitir fundamentalmente dos cosas: adquirir conocimientos específicos de forma estructurada para dominar el mundo del contact center y tener la capacidad para conectar todos los contenidos, ya que sin esta capacidad perderíamos la verdadera potencia que debemos tener como gestores en el ámbito real de la empresa.”

**Ángel Vázquez**

Director del Programa  
CEO eCustomer Grupo



Lee este código para ver el Testimonio del Director del Programa

**Duración**

120 horas

**Lugar**

ICEMD - ESIC

**Titulación**

Diploma Programa Superior en Gestión de Contact Center

## 1 Definición y objetivos de un contact center

- El cliente y las estrategias de relación
- Valor de cliente y valor de vida de cliente
- Multicanalidad y nuevos paradigmas de cliente
- Gestión desde la experiencia de cliente
- Evolución de la gestión del cliente y el mundo contact center
- El papel del directivo en la relación con clientes y en el contact center
- Tendencias y retos actuales

## 2 Diseño de las operaciones

- Estructuración de las operaciones de venta y atención al cliente
- Experiencia de cliente y customer journey como punto de partida en la estrategia y la operativa
- Metodología y ejemplos prácticos sobre cómo analizar un servicio o proceso existente de cara a su optimización o externalización
- Importancia de los informes como método de verificar que las operaciones se desarrollan adecuadamente. Ejemplos.
- Optimización de la organización y gestión del cambio en las operaciones.
- BPO: visión general, características, modelos
- E-care: un nuevo enfoque

## 3 Gestión de proveedores y modelos de relación

- Modelos de relación con proveedores
- Roles y responsabilidades de cliente y proveedores
- Costes y métricas de valoración
- Relación de proveedores en servicios offshore y nearshore
- Riesgos y gestión de conflictos
- El traslado de la cultura corporativa
- Subcontratación de leads
- Casos prácticos

## 4 Outbound y venta de emisión

- Las posibilidades tecnológicas en outbound
- Claves del outbound
- Optimización inbound/outbound
- Venta en outbound
- Integración de leads online en el proceso de venta outbound

**1º Seminario tendencias contac center:**  
e-care: atención al cliente y autoservicio a través de medios digitales

## 5 Planificación y dimensionamiento

- La necesidad de la planificación y el dimensionamiento
- Teoría de colas
- Front y back office
- Forecasting, scheduling y tracking
- Herramientas de planificación y gestión de recursos
- Seguimiento y medición de desviaciones
- Planificación y dimensionamiento multicanal

## 6 Estándares de calidad aplicables a la gestión de los contact center

- La calidad de servicio y la gestión del cliente
- Experiencia, empowerment y excelencia
- La calidad en la operación
- Métricas de calidad
- Calidad en nuevos canales y canales online
- Calidad ofrecida, percibida y latente
- Cómo construir un plan de calidad
- Customer journey
- Mapas de experiencia de cliente

## 7 Workshop operaciones: casos prácticos de cómo gestionar las operaciones importantes

- Televenta
- Atención al cliente
- Gestión de recobros
- Tele-asistencia
- Aplicación del teletrabajo
- e-Care
- Gestión multicanal integrada

## 2º Seminario tendencias contac center: El contact center en el e-commerce

## 8 Organización y gestión integral de RR.HH. en un contact center

- La gestión Integral de RR.HH.: una visión global
- Estructura de RR.HH. (roles) y sistemas de gestión
- Dirigir un contact center o un equipo de venta/atención al cliente: introducción al liderazgo
- El coaching como modelo de desarrollo de profesionales en el contact center
- RR.HH. en teletrabajo
- RR.HH. en atención presencial

## 9 Reclutamiento, selección e integración de profesionales

- Los elementos clave de la selección eficaz de personal en el contact center
- Diferencias entre reclutar y seleccionar
- Las fases de un proceso de selección por competencias: la definición del perfil en función de las exigencias del puesto, el reclutamiento, el análisis de CV, las pruebas, las entrevistas, el análisis global de datos y la toma de decisiones
- Pruebas para lograr un buen diagnóstico de profesionales
- La integración de profesionales y el plan de acogida
- Profesionales en atención multicanal
- Peculiaridades del entorno de venta y atención presencial

## 10 La gestión del desempeño y sistemas de incentivación

- Qué es el modelo de gestión del desempeño
- Qué, cómo y cuándo medir el desempeño de los profesionales en el contact center: agentes, mandos y dirección
- Objetivos y competencias
- Relación entre competencias, talento, habilidades y conocimientos
- La importancia de la evaluación del desempeño
- Los modelos de retribución e incentivación en contact center
- El impacto en resultados, modelos económicos y escenarios
- Aplicación en los nuevos canales de atención

**3º Seminario tendencias contac center:**  
online leads generation: integración del contact center en procesos de generación de leads a través de medios online

## 11 Venta y atención al cliente en presencial

- Aspectos específicos entorno presencial frente contact center
- Elementos clave en la venta y atención presencial
- KPIs eficiencia, eficacia y calidad
- Experiencia de cliente en presencial
- Conexión multicanalidad
- Desarrollo y desempeño en equipos presenciales

## 12 Relaciones laborales

- Conceptos básicos
- Ventajas e inconvenientes de diferentes formas de actuar en los principales asuntos relacionados con las relaciones laborales
- Normativa laboral básica, algunos aspectos de especial relevancia y jurisprudencia de aplicación
- El/Los convenio/s colectivo/s
- Relaciones laborales y sindicatos.
- Aspectos específicos relaciones laborales en entorno presencial

## 13 Workshop recursos humanos: gestión de retos prácticos en recursos humanos

- Proyectos de off-shore y near-shore
- Planes de carrera para contact center
- Creación de nuevas unidades de servicios
- Gestión de crisis ante situaciones no previstas

**4º Seminario tendencias contac center:**  
el customer journey y el contact center

## 14 Dirección y control de gestión de costes y análisis financiero

- Para qué costes en venta y atención al cliente
- Tipos de costes, CR y balance
- Amortizaciones
- Imputación y sistemas de costes
- ROI
- Costes en los nuevos canales

## 15 Componentes y tecnología contact center: CTI y las claves de éxito en una implantación tecnológica

- Para qué la tecnología, posibilidades y visión global
- Componentes de distribución de interacciones: ACD y CTI
- Inteligencia de negocio a través de la tecnología
- Cloud y soluciones tecnológicas SaaS
- Claves de éxito en la implantación y ROIs
- e-Care e integración canales online

## 16 Últimas propuestas tecnológicas

- Situación actual y el cliente como referente en la toma de decisiones de negocio
- Modelos de relación con el cliente: de la presencia a la distancia
- Herramientas que permitan la optimización de la gestión del cliente en la web en tiempo real
- Gestión de leads online en caliente e integración con el contact center
- Conexión multicanalidad
- Herramientas: call me back, click to call/chat, nuevos canales de comunicación con o sin vídeo, llamadas unidireccionales, asistentes online con y sin avatar, asistentes virtuales

## 17 Web social media contact management: las nuevas formas de gestionar el contacto con el cliente

- Oportunidades del mundo 2.0
- Monitorización
- Gestión integrada multicanal
- Foros y blogs en atención al cliente
- Venta en redes Sociales
- Métricas 2.0

## 18 Workshop tecnología: casos de implementación tecnológica de comienzo a fin

- ¿Montamos un servicio de venta o atención al cliente?
- Los requerimientos... con rigor...
- Qué tecnologías y cómo integrarlas
- Las fases
- Control de riesgos y gestión proactiva
- Integraciones parciales sobre entornos ya existentes

**5º Seminario tendencias contac center:**  
Multicanalidad: la integración de canales de atención y venta en el contact center: web, redes sociales, mobile, teléfono, chat, video-chat, e-mail, presencial,...

## 19 Cuadros de mando

- Métricas de éxito
- Monitorización y seguimiento
- Herramientas para una buena gestión del contact center
- Key performance indicators (KPIs)
- Medidores de calidad, servicio, productividad, recursos y costes

El profesorado de ICEMD, el Instituto de la Economía Digital de ESIC, está compuesto por más de 400 reputados profesionales en su ámbito, que trabajan y lideran día a día las disciplinas que imparten.

## Algunos componentes del claustro del PSGCC

José Francisco Rodríguez	Vicepresidente Ejecutivo de la Asociación Española de Expertos en Relación con Clientes
Javier Palacio Oñate	Director Operaciones y Soporte a Clientes de Cospa & Agilmic
Samuel Pulido Villarejo	Principal Owner de ZERO Experience
Raquel Serradilla Juan	Executive VP Southern Europe de Altitude Software
Marta Fernández Niño	Socio Fundador de Visualizamos
Raúl Fernández Reinoso	Director Customer Services y Desarrollo de Clientes de Sage
Ángel Vázquez García	CEO de eCustomer Grupo
Santiago Muñoz-Chápuli	Socio de ON Soluciones
Carlos Molina Artigot	VP Innovación & Consultoría de IZO
Elena Pérez-Moreiras	Socia Directora de RH Asesores
Antoni Albiol Martínez	Coach y Facilitador de Grupoformaexpert
José Luis Nieto Jiménez	Vicepresidente de la Asociación Española de Expertos en Relación con Clientes (AEERC)
Pablo Asenjo Lainez	Director Comercial Canal Tiendas de Cataluña, Levante, Murcia y Baleares de Telefónica España
Victor Manuel Fernández	Socio Director de Gabinete de Relaciones Laborales de Concilia
Rafael Barroso Aceña	Director de EMEA de Konecta
Eduardo Malpica	Presales Manager Southern Europe de Altitude Software
Rubén Pérez Crespo	Key Account Manager. Online Performance Marketing de Whisbi.com
Roberto Robles López	Director Corporativo de Tecnología e Innovación de Grupo Avanza

Claustro sujeto a posibles modificaciones

## Cómo se estudia en ICEMD



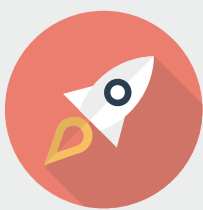
### Aula Virtual

Plataforma online para comunicarse con profesores y compañeros, acceder a documentación y recursos (vídeos, e-books, bibliografía, links, etc.), y reunirse de forma virtual gracias a nuestra herramienta web conference.



### Sesiones de valor añadido

Durante el programa los alumnos tendrán acceso a masterclasses, encuentros de emprendedores ICEMD, jornadas profesionales...



### Proyecto de marca real

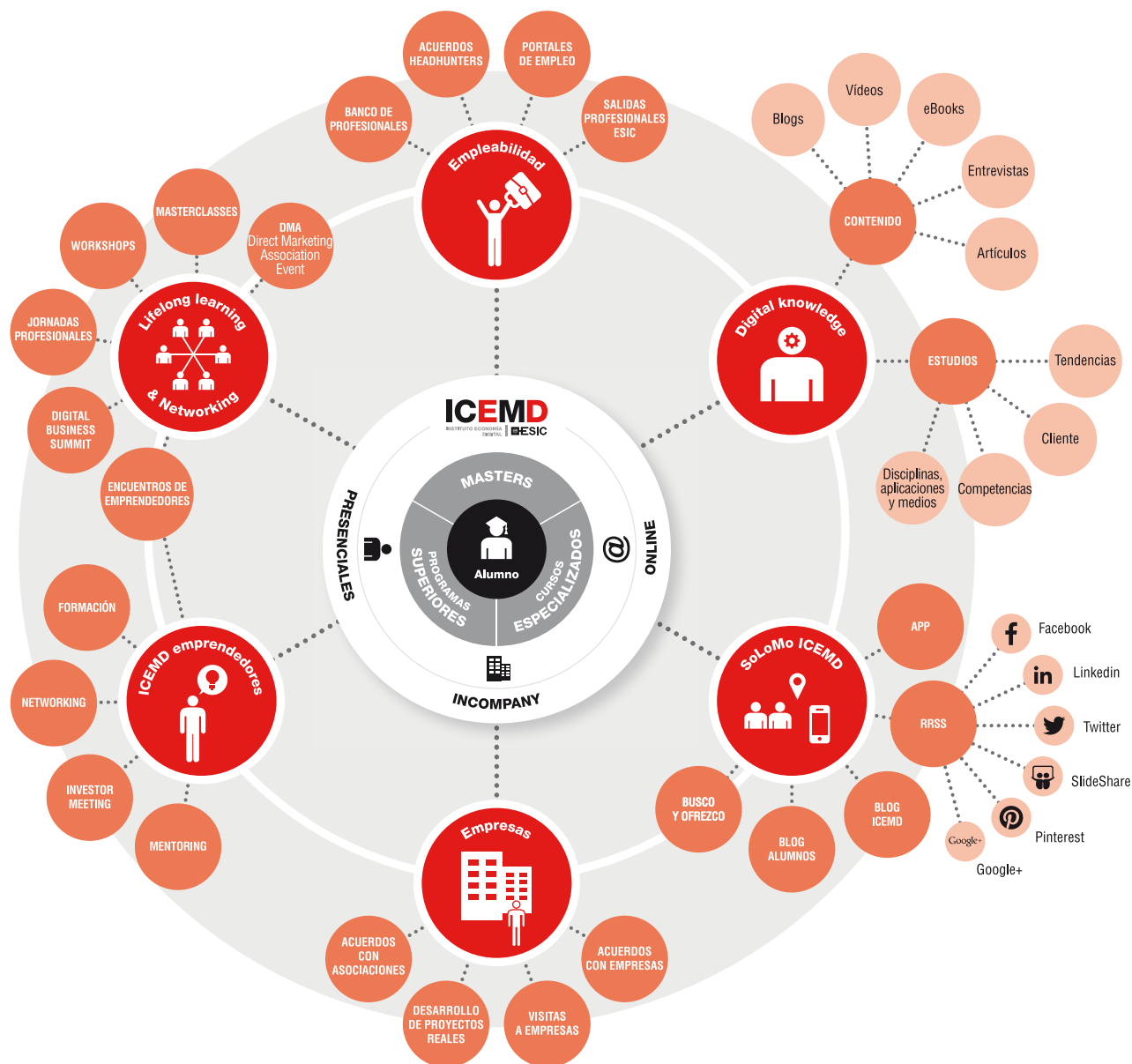
Durante el programa los alumnos realizarán en grupo un proyecto basado en un caso real, que se presentará ante un tribunal.



### Documentación de estudio

Cada sesión tendrá sus propios e-books a disposición del asistente, con documentación detallada sobre las distintas materias planteadas durante el mismo.

# Ecosistema ICEMD



**20** años impartiendo formación en las disciplinas de la Economía Digital



Banco de Profesionales: **+ de 4.500** miembros



**+ de 7.500** alumnos formados en marketing relacional, directo y digital



**+ de 500** reputados profesionales en su ámbito componen el profesorado



**Empleabilidad**  
La plataforma del Banco de Profesionales garantiza una conexión constante entre los más de **4.500 miembros** que la integran (alumnos y ex alumnos) y las **organizaciones** que demandan perfiles profesionales especializados en las disciplinas de la Economía Digital.



**Lifelong learning & Networking**  
**Formación continua y networking** a través múltiples actividades que contribuyen al **desarrollo profesional y competitivo** de actuales y futuros profesionales de la Economía Digital.



**Digital knowledge**  
Dónde y cuándo quieras. El **contenido** más relevante, los **estudios** y las **últimas tendencias** de la Economía Digital en múltiples soportes.



**ICEMD emprendedores**  
El Instituto ofrece apoyo al **emprendimiento empresarial** promoviendo e impulsando **actividades específicas** dirigidas a perfiles de emprendedores dentro del marco de la Economía Digital.



**SoLoMo ICEMD**  
Cada día más **Social, Local y Móvil**. Compromiso del Instituto con los miembros de la comunidad ICEMD.



**Empresas**  
Integración del mundo empresarial en la formación y experiencia del alumno. Desarrollo de proyectos reales en nuestros programas, con la implicación directa de las principales empresas de cada sector.

# PSGCC

## MADRID

902 918 912  
admisiones@icemd.com

## BARCELONA

93 414 44 44  
info@ismarketing.com

## VALENCIA

96 339 02 31  
info.valencia@esic.edu

## NAVARRA

948 29 01 55  
info.pamplona@esic.edu

## ZARAGOZA

976 35 07 14  
info.zaragoza@esic.edu

## SEVILLA

95 446 00 03  
info.sevilla@esic.edu

## BILBAO

94 470 24 86  
formacion@camarabilbao.com

## MÁLAGA

95 202 03 69  
info.malaga@esic.edu

## GRANADA

958 22 29 14  
master@esgerencia.com

icemd



Esic

@icemd



@EsicEducation

linkd.in/ICEMD



tinyurl.com/ESIC-Linkedin

CanalICEMD



ESICmarketing

icemd



ICEMD



+EsicEs



esiceducation

[www.esic.edu](http://www.esic.edu)  
[www.icemd.com](http://www.icemd.com)

## REGÍSTRATE EN ICEMD



Condiciones y promociones especiales en programas de formación.



Lifelong learning & Networking.



Acceso a más de 200 artículos, entrevistas, casos...

**ICEMD**  
INSTITUTO ECONOMÍA DIGITAL | **ESIC**

**ESIC**  
BUSINESS & MARKETING SCHOOL