



Manual de Procedimento | Serviço de

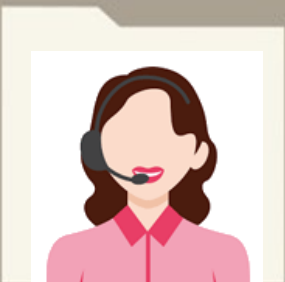
# CALL CENTER

Central de Atendimento

PROGRAMA DE EXCELÊNCIA EM ATENDIMENTO .....	01
CÓDIGO DE CONDUTA DO CALL CENTER .....	01
CALL CENTER ATIVO.....	02
CALL CENTER RECEPTIVO.....	02
VISÃO GERAL DA CENTRAL DE ATENDIMENTO.....	03
CALL CENTER EM EMPRESAS.....	04
DEFINIÇÃO DO OBJETIVO DO CALL CENTER.....	06
DESEMPENHO DO CENTRO DE ATENDIMENTO.....	07
MONITORAMENTO DE CHAMADAS.....	08
CHAMADA MISTERIOSA.....	09
RESUMO.....	09
CRÉDITOS E PARECER FINAL .....	10

## Informação de Contato

Rua: Campina Verde, 20 - Cj  
Duque de Caxias - Flores,  
Manaus - AM, 69058-840  
Tel: (92) 3083-166255  
[www.grupofgserviços.com.br](http://www.grupofgserviços.com.br)



### O QUE É REGRA?

A palavra pode referir-se a várias questões. Chamamos de regra à norma ou ordem de comportamento ditado por uma autoridade competente, cujo descumprimento ou desconhecimento traz como consequência a aplicação de uma determinada sanção. Em resumo regras foram feitas para serem cumpridas.

## PROGRAMA DE EXCELÊNCIA EM ATENDIMENTO

### Política da FG Serviços em Call Center

Como temos como obrigação orientar profissionais e somos prestador de serviços para Call Center objetivamos um Programa de Excelência em Atendimento ao Cliente. Relacionaremos nosso projeto de ética comercial a um Call Center. Primeiro, compartilharemos o Código de Ética, conforme concordado na política de prestação de serviços terceirizado de Call Center da FG Serviços Empresariais:

Nós objetivamos e estamos comprometido a oferecer um Programa de Excelência em Atendimento ao Cliente e alcançar a harmonia no ambiente de trabalho. Nós criaremos um espírito de construção de equipe promovendo respeito, confiança e a tolerância das diferenças de cada um. Confidencialidade e integridade é o nosso lema.

Para melhor abordar este projeto sobre ética nos negócios, criamos um Código de Ética para um Call Center típico envolvido tanto no telemarketing Ativo quanto no suporte telemarketing Receptivo. O Código de ética não é apenas mais uma lista de regras e regulamentos que são palavras para viver é a base básica a partir da qual um Call Center deve operar.

## CÓDIGO DE CONDUTA DO CALL CENTER

Todas as decisões de negócios devem ser feitas de acordo com este código.

O Call Center está comprometido em fornecer excelência de serviço aos nossos clientes, criando e mantendo um ambiente de trabalho limpo e seguro para nós mesmos, promovendo respeito, confiança e tolerância das diferenças de cada um.

Este código define os parâmetros dentro dos quais um ambiente de trabalho recompensador e mutuamente sustentável pode ser criado e é baseado na suposição de que a maioria dos colaboradores devem defender como padrão de conduta.

### ➤ **Honestidade**

Todas as ofertas devem ser declaradas de forma clara e honesta, para que ambas as partes saibam precisamente com o que se comprometeram e o que podem esperar em troca.

### ➤ **Identificação adequada**

Todas as chamadas de telemarketing devem começar com o nome da empresa em cujo nome você está chamando claramente indicado, seguido pelo nome do agente chamando.

➤ **Propósito da chamada**

O representante do telefone divulgará o motivo principal da chamada assim que possível na conversa.

➤ **Horas de Operação**

O monitoramento do tempo no atendimento e ao tempo do dia. Observar horário como café, almoço, jantar, domingos, feriados, datas comemorativas religiosas etc.

.....

## **CALL CENTER ATIVO**

### **Conheça as regras básicas para Call Ativo**

As chamadas de saída para empresas ou consumidores não devem ser feitas durante horas que possam ser consideradas não razoáveis antes das 8:00 da manhã ou depois das 9:00 da noite (hora local na localização da parte chamada) . Nos sábados é sugerido que nenhuma chamada seja feita antes das 10:00 ou após as 21:00. Aos domingos, nenhuma chamada é sugerida antes das 12:00 h. Nenhuma chamada deve ser feita em feriados públicos ou religiosos. O representante do telefone deve ser sensível a qualquer inconveniente causado durante as chamadas de fim de semana.

## **CALL CENTER RECEPTIVO**

### **Conheça as regras básicas para Call Receptivo**

O horário das chamadas Receptivas é determinado pelo cliente e pela oferta ou de acordo com o provedor de serviços. O telemarketing receptivo para poder ser coroado de sucesso, algumas regras básicas são debatidas entre o tomador e o prestador de serviço. Geralmente é necessário atenção em:

✓ **01. Treinamento**

Antes de fazer ou receber chamadas, todos os representantes de telemarketing devem receber treinamento adequado em habilidades de telemarketing profissional e aderir a práticas e procedimentos reconhecidos, incluindo a adesão a toda e qualquer lei e regulamentos relativos ao telemarketing.

✓ **02. Privacidade**

Tecnologia de Telemarketing permite a coleta e troca de informações pessoais em uma escala sem precedentes na história da civilização. Existe um potencial aumentado para violar a privacidade de indivíduos ou grupos. É responsabilidade da Central de Call Center manter a privacidade e a integridade de todos os dados que descrevam os indivíduos. Isso inclui tomar precauções para garantir a precisão dos dados coletados, bem como protegê-los de acesso não autorizado ou divulgação acidental a indivíduos inadequados. Procedimentos devem ser implementados para permitir que os indivíduos revisem seus registros e corrijam quaisquer imprecisões.

✓ **03. Integridade**

Honrar os compromissos é uma questão de integridade e honestidade. Para a Central de Call Center, isso inclui honrar contratos, acordos e responsabilidades designadas.

✓ **04. Respeito**

Respeito por nós mesmos, respeito pelos outros e respeito pelo nosso meio ambiente.

✓ **05. Testemunho**

Qualquer depoimento dado por um profissional de marketing será preciso e com permissão da fonte original.

✓ **06. O profissional de marketing**

Deve remover o nome de um cliente de uma lista de chamadas quando solicitado por esse cliente, salvo se ele tiver algum vínculo financeiro com a empresa que o contata. Os clientes que tiverem um número de telefone não listado não serão contatados, a menos que tenham consentido em fazê-lo.

✓ **07. Crianças**

Os profissionais de marketing usarão bom senso e discrição quando fizerem marketing para crianças. Eles serão sensíveis à idade segmentada, juntamente com o conhecimento e a maturidade desse grupo demográfico.

## VISÃO GERAL DA CENTRAL DE ATENDIMENTO

Um Call Center pode fornecer uma série de benefícios importantes. Primeiro, um aumento do foco no serviço ao público é susceptível de conduzir a métodos mais eficientes no manuseamento de níveis significativos de interações com esse público. Isso, por sua vez, leva a uma redução em custos de transação onde a maioria das interações simples do cliente são manuseado por pessoal dedicado, bem treinado, da linha da frente.

Estas eficiências internas podem então permitir que uma Central de Call Center inicie contactos com o público e racionalizar o tratamento de chamadas recebidas, em vez de ser espalhado através de várias secções em toda a agência ou numa escala maior:



### DEFINIÇÃO CALL CENTER

O que é Call center: Call center é uma central de atendimento que tem como objetivo fazer a interface entre o cliente e a empresa. É uma expressão do inglês Call (chamada) Center ou centre (Central).

## CALL CENTER EM EMPRESAS

### Porque algumas empresas precisam ter uma central de atendimento?

Através da substituição de eventos face a face para contatos telefônicos, agências e clientes os custos podem ser reduzidos. Desde que os contactos telefônicos sejam manuseados eficientemente.

Pessoas em geral não têm tempo para, ou acesso a, face a face as transações exibirão a alteração de forma positiva. Como tal, uma variedade de contato as canais podem ser usadas, variando do email, portais e voz interativa unidades de resposta é complementar ao Call Centers.

Um centro de chamadas também irá fornecer um único ponto de acesso para o público comunicar as suas queixas e ter as suas consultas respondidas por um operador de linha de frente treinado.

Cada vez mais, os centros de chamada estão a ser utilizados setores para melhor servir os seus clientes, independentemente de serem centros de chamada para fins Internos ou um que serve ao cliente.

Independentemente do tamanho e da escala de um Call Center, os requisitos gerais para todos os call centers são semelhantes e possuem:

- ◆ Uma infra-estrutura de operação e tecnologia dimensionável que pode mudar expandindo os requisitos empresariais;
- ◆ Uma flexível e amigável resposta interativa de voz que irá permitir que os clientes atinjam as informações desejadas ou a chamada
- ◆ Operador central com o menor número de seleções de menus possíveis;
- ◆ Um quadro multicanal integrado no qual as informações comunicada ao público é consistente.



Um Call Center irá reforçar os serviços de uma empresa ao público, realizando um número de consequências que terão um impacto no acesso do público e experiência com a empresa, reduzindo o custo de serviço para ambos empresa e o público.

Algum dos principais fatores positivo é a uniformidade, eficiência de custos, redução das queixas e a melhoria acesso e experiência com a empresa. Algumas razões-chave para o estabelecimento de um Call Center inclui:

- ◆ Um papel comercial aumentado ou novo;
- ◆ A necessidade de fornecer informações e aconselhamento;
- ◆ Educação pública;
- ◆ Maior acesso aos serviços da empresa, incluindo equidade de acesso;
- ◆ O desejo de elevar o perfil da empresa;
- ◆ Questões de consolidação/centralização – concentração de competências;
- ◆ Alcançar uma maior compreensão do que o público quer, através feedback e comentários;
- ◆ Controlar as necessidades do público e determinar a direção de marketing da empresa.

Há uma série de melhorias na prestação de serviços de atendimento ao cliente que podem ser esperado de um centro de atendimento efetivo. Os call centers melhoram o acesso na escolha ao abaixar o custo do serviço. Eles podem fornecer respostas consistentes e melhor qualidade de informação, o que leva a uma maior satisfação do cliente.

Há igualmente menos frustração do cliente enquanto as perguntas são dirigidas à área apropriada, reduzindo o problema comum do chamador com a chamada de volta.

## DEFINIÇÃO DO OBJETIVO DO CALL CENTER

**1** - Um projeto de centro de chamada sem objetivos claros devem ter um conjunto de objetivos empresariais, formulados termos de negócios. Estes objetivo devem ser formulados antes de qualquer aquisição a atividade começa. Enquanto os objetivos estreitos são mais fáceis de abordar, se as necessidades não são realmente estreito, não há nenhum ponto em forçá-los em uma definição estreita.

O plano de negócios também deve estabelecer um som financeiro e organizacional justificação para a adoção de tal estratégia. Isso também inclui identificar os objetivos de nível de serviço, o tamanho da estrutura e considerações requisitos, a extensão da re-engenharia de processo organizacional e o tempo quadro para implementação.

**2** - Dimensionamento do centro de chamadas. Qualquer organização que considere estabelecer um Call Center deve começar por coletando tantos dados quanto possível sobre suas chamadas existentes.

### **A estimativa do tamanho provável de um Call Center baseia-se:**

- O número, o comprimento, o tempo e o assunto das chamadas telefônicas atualmente recebidas;
- O aumento estimado destas chamadas quando um serviço de Call Center apresenta;
- A duração provável das chamadas – por exemplo, são as interações típicas chamadas susceptíveis de ser mais ou menos complexa do que o presente;
- A equipe de tempo gasta na atividade da chamada;

- A ocupação do pessoal provável;
- Os ganhos de eficiência em perspectiva de lidar com os chamadores em uma interação em vez de várias interações;
- Qualquer variação horária, semanal ou sazonal no tráfego de chamadas de pico;
- Quaisquer outros fatores pertinentes para a execução de um Call Center.

O pessoal adequado é um dos aspectos mais críticos para estabelecer uma chamada. Garantir que os números corretos de pessoal são recrutados e decidir sobre quais os níveis que serão contratados são duas decisões-chave em humanos eficazes gerenciamento de recursos.

Os elementos de um plano de pessoal típico incluem:

- Determinar as competências críticas e as normas de trabalho;
- Desenvolver descrições de posições e especificações de pessoas;
- Definir um processo para seleção de pessoal;
- Decidir sobre a gestão interna ou externa do processo;
- Calcular o número de pessoal inicialmente exigido;
- Implementação do processo de recrutamento e seleção;
- Projetar o programa inicial de treinamento de indução.

O número de chamadas e a sua duração são os dois fatores importantes determinar os números de pessoal exigidos em um Call Center. Estimativa de chamada os volumes são mais difíceis em um centro de chamada de entrada do que em uma chamada de Ativa. O processo básico para estimar números de pessoal é o seguinte:

**Passo 1** - Determine o número de chamadas a serem feitas ou recebidas;

**Passo 2** - Determinar o tempo médio de conversação para cada chamada e tempo de trabalho após a chamada;

**Passo 3** - Determine o tempo produtivo real de uma chamada.

## DEFINIÇÕES PARA BASE DE CÁLCULOS

### Custo de chamadas em uma central de atendimento

- ⊕ Tempo de chamada é o tempo de chamada real gasto no telefone;
- ⊕ Tempo de trabalho após a chamada é o tempo gasto na papelada ou processamento de dados associado a essa chamada;
- ⊕ Um dia médio de "Agentes ou oficiais de atendimento ao cliente" é geralmente considerado um turno de seis horas ou 360 minutos
- ⊕ Tempo médio de contato = tempo de chamada + hora de trabalho após a chamada;
- ⊕ Número médio de chamadas por dia = 360 tempo médio de contato.

## DESEMPENHO DO CENTRO DE ATENDIMENTO

### As ações de um Call Center em métricas

Devem ser considerados dois grupos de medições na análise de eficiência e eficácia de um Call Center. Estas medições são métricas e os níveis de satisfação do cliente. As normas da indústria para as métricas de chamada nos centros de chamada são as seguintes:

- 80% chamadas atendidas dentro de 20 segundos;
- Tempo médio de espera de chamada é de 20 segundos ou menos;
- Taxa de abandono de chamadas de menos de 5%;
- Disponibilidade total de 99 por cento de um agentes ou oficiais de atendimento ao cliente;
- Resolução de primeira chamada de 95 por cento no primeiro contato;
- Tempo médio de prática recomendada para responder = 6 segundos;
- 83% do tempo do agente estimado para tomar chamadas de entrada;
- 16% são chamadas recebidas fora do horário de expediente;
- Duração média da chamada 187 segundos;
- Benchmark global de 81 por cento de satisfação do cliente;
- 0,7% chamadas não resolvidas;
- Zero entregas ou transferências;
- < 3% chamadas abandonadas;
- 208 segundos de tempo para resolver;
- 98% em 3 dias úteis, tempo de resposta para reclamações;
- 22% do volume de negócios do pessoal no Call Center;
- 27 meses de atendimento ao agente do centro de serviço;
- 37 horas trabalhadas por semana, agentes de Call Center;
- Dias trabalhados anualmente 220 dias por ano e 7,2 horas por dia;
- Pessoal (agente: supervisor): 13:1;
- Formação média: 27 dias por ano.

(fonte: Gartner Group)



## MONITORAMENTO DE CHAMADAS

### Ações que operadores novatos nem imagina que acontece

Muitos centros de chamada introduziram estratégias de monitorização padrão de qualidade são mantidos ao fornecer informações apropriadas para clientes e para medir a qualidade da interação do cliente. Dado a utilização crescente do pessoal a tempo parcial e a contratação de novos funcionários, pode auxiliar na identificação de necessidades específicas de formação.

O processo real de monitoramento de chamadas pode ser realizado através de duplo monitoramento de chamadas silenciosas ou o uso de equipamento automático de gravação de chamadas.

Anteriormente, o uso do equipamento automático de gravação de chamadas é identificado como um método para facilitar o monitoramento de chamadas. Esta tecnologia fornece gravações de voz digital que podem ser reproduzidas para análise. Ele também pode rastrear padrões de chamada e analisar Chame o conteúdo e os tons de voz.

Call Monitoring ou Monitorização de Chamadas é uma ferramenta útil para a equipe de coaching melhorar o desempenho. No entanto, se for usado como uma gestão de desempenho disciplinar ou negativa ferramenta, pode resultar em sentimentos de desconfiança e suspeita por parte do pessoal. O principal a finalidade do monitoramento de chamadas deve ser seu valor como ferramenta de desenvolvimento. Isto deve ser claramente comunicado ao pessoal. O gerente de Call Center e os líderes de equipe devem realizar 10 observações de chamada um mês para cada membro da equipe.

Uma lista de verificação possível das dimensões chaves que podem ser usadas como uma base para a chamada monitoramento inclui:

- ❖ saudação inicial;
- ❖ Reconhecimento do cliente;
- ❖ Utilização de declarações corteses;
- ❖ Empatia exibida;
- ❖ Mantido o cliente informado ao introduzir;
- ❖ Escutado eficazmente;
- ❖ Qualidade do Tom de voz e densidade;
- ❖ Uso efetivo de perguntas;
- ❖ Utilização de palavras positivas;
- ❖ Reafirmado os desligamentos de chamadas/ação;
- ❖ Encerramento da chamada – ajuda adicional/agradecimento;
- ❖ Resolução/resultado da chamada; E
- ❖ Profissionalismo geral.

Como parte do processo, um formulário específico de avaliação da monitorização de chamadas destinadas a ter em conta as dimensões de chamada pertinentes que são apropriadas o ambiente de Call Center específico. Outros funcionários podem estar envolvidos no processo de monitoramento de chamadas, a fim de dar-lhes algumas dicas sobre o padrão de chamadas necessário no Call Center e fornecer-lhes a variedade de tarefas.

## CHAMANDO MISTERIOSA

### Qualidade geral do cliente conhecida como chamada misteriosa

Uma técnica que também pode ser usada para avaliar a qualidade geral do cliente interações é uma estratégia bem planejada e estruturada conhecida como chamada misteriosa.

Esta estratégia é baseada em uma técnica similar usada no varejo chamado mistério Compras. Compradores mistério, fingindo ser clientes, visitar uma loja e Avalie-o em uma série de dimensões-chave. Recomenda-se que uma organização independente especializada em qualidade práticas de garantia ser contratado para conduzir o mistério chamando, para garantir que o processo permanece livre de viés. Os principais critérios de decisão envolvidos no estabelecimento de uma estratégia de chamada misteriosa

Incluem:

- ✓ Determinar a finalidade e os objetivos da estratégia de chamada misteriosa;
- ✓ Estabelecer cenários específicos de clientes com a gestão de Call Center;
- ✓ Projetar um formulário de avaliação de chamada misteriosa;
- ✓ Concorde em horários e dias específicos da semana para a chamada misteriosa para tomar lugar
- ✓ Decida quantas chamadas serão feitas por semana e por mês; E
- ✓ Determinar com que frequência e em que formato os resultados de chamada de mistério serão Apresentado.

## RESUMO

### Os benefícios de um centro de chamadas (Call Center)

Primeiro, um aumento o foco no serviço público é susceptível de conduzir a métodos mais eficientes no manuseamento de níveis significativos de interações públicas.

Isto, por sua vez, leva a uma redução custos de transações onde a maioria das interações simples do cliente são manipuladas pelo pessoal dedicado, bem treinado, da linha da frente. O pessoal mais velho e experiente pode então ser atribuído a tarefas mais complexas.

A realização de novas eficiências internas pode também permitir que a empresa inicie contatos com os clientes e pode agilizar a manipulação de chamadas recebidas para uma área central, ao invés de ser espalhado por várias seções em toda a empresa.

Substituindo as transações de balcão com contatos telefônicos, para a empresa.

Os custos públicos, iguais podem ser reduzidos desde que os contactos telefônicos sejam manuseados eficientemente, os membros do público que não têm tempo para, ou acesso a, face a face as transações exibirão a alteração de forma favorável.

Ao estabelecer um Call Center, um plano de negócios deve ser desenvolvido com a chamada objetivos do centro definidos. Ao apoiar os objetivos do Call Center, é imperativo que as boas práticas de gestão das operações de Call Centre Empregado. Os recursos humanos residem como um dos fatores chave para o Call Center gestão de operações engloba 65% do funcionamento do centro de despesas que o tornam um fator importante no êxito global da chamada Centro. Assim, sem programas de desenvolvimento estruturados e sistemas de retenção, das experiência do Call Centre pode diminuir em conjunto com os objetivos globais do Call Center.

## CRÉDITO E PARECER FINAL

Ao elaborar essa apostila para auxiliar operadores de serviços e empresas que necessitam de um Centro de Chamadas, o Grupo FG Serviços Empresariais almeja o objetivo de colaborar para que esse setor tenha as informações mais necessárias para que está envolvido em todo o complexo que a complexidade de um Call Center exige.

Agradecemos ao brilhante trabalho que as fontes de pesquisa consultadas para a elaboração dessa apostila oferecem para quem está diretamente envolvido nesse negócios.

O objetivo da FG serviços empresariais foi de somar forças para que um plano ou estratégia de negócios aconteça com o mínimo de percalço. Se você que chegou até aqui é um indicador que esse segmento de negócio está ligado diretamente a sua necessidade de subsistência e colaborar para a facilidade que necessitamos para tornar o nosso dia a dia menos complicado.

Nossos Agradecimentos a Bibliografia Consultada pelo brilhante trabalho nas publicações de:

Kevin Robinson, Jim Douglas e Mike Cheverie em Código de ética do call center e Standards, Policies and Guidelines - Establishing a Call Centre Version 1.0 da MAMPU.

