

Kontaktcentret anno 2010

Konference på Hotel Scandic Copenhagen

Kontaktcentret anno 2010

Årets store mødeplads for kundeserviceansvarlige

Så er det igen ved at være tid til årets store konference inden for kundeservice, call centre og kontaktcentre. Blandt nyhederne på dette års konference er 2 internationale Keynote Speakers, to dialogbaserede workshops og et åbningsseminar i form af en Master Class ved Maggie Klenke fra The Call Center School i USA. Du kan læse nærmere om både konferencen og Master Classen i dette brev.

Internationale Keynote Speakers

Maggie Klenke, Leder af The Call Center School i USA

Key Performance Indicators in call centers - are you measuring the right things?

Få konkret indsigt i de krav, der stilles for at du og din afdeling kan definere de relevante og brugbare KPI målinger for dit kundecenter. Hvad kendetegner de rigtige målinger - dem der kan skabe værdi i hele kontaktcentret?

Sophie Patrikios, global Senior Director for Consumer Services, LEGO

Net Promoter Score® i kontaktcentre - anbefaler dine kunder dig og dit produkt?

Dialogbaserede workshops - vælg mellem:

- Sociale medier og deres betydning for kundeservice v/IPTeams A/S
- Forandringsledelse i kundeservice – Sådan bliver strategien til virkelighed v/CoCoCo

Kontaktcentret anno 2010 byder desuden på et væld af spændende firmaer og emner såsom:

YouSee: Vejen mod Danmarks Bedste Kundecenter

Call me: Succesfuldt salg til eksisterende kunder

Københavns Kommune: Praktisk anvendelse af kundemålinger i Københavns Kommunes Borgerservice

The opportunities with Speech Analytics in Call Centres

(flere cases offentliggøres løbende på www.mbce.dk)

Tilmeld dig konferencen og åbningsseminaret allerede i dag

Det er nemt at reservere en plads på Kontaktcentret anno 2010 d. 21. og 22. april og åbningsseminar den 20. april. Du kan bruge den vedlagte tilmeldingsformular eller sende din tilmelding til booking@mbce.dk
Hvis du har spørgsmål til konferencen, er du velkommen til at kontakte mig på tlf. 33 13 93 06 eller mobil: 24 81 04 49.

NB: 20% - 25% Early Bird rabat ved tilmelding inden 20/1/2010

(se rabatsystem på tilmeldingsformularen)

Vel mødt på konferencen.

Med venlig hilsen

Jens Severinsen, MBCE

Målgruppe: Chefer, mellemledere og teamledere inden for kontaktcentre, Call Centre, kundeservice, borgerservice, CRM, Helpdesk & Support, telemarketing samt andre medarbejdere med ansvar for service, salg, teleperformance og kundepleje.



Kontaktcentret anno 2010

Konference på Hotel Scandic Copenhagen

Onsdag den 21. april

08.15 Registrering og kaffe/the med morgenbrød

09.00 Velkomst ved dagens dirigent

KEYNOTE SPEAKER

Key Performance Indicators in call centers - are you measuring the right things?

Få konkret indsigt i de krav, der stilles for, at du og din afdeling kan definere de relevante og brugbare KPI målinger for dit kundecenter. Hvad kender tegner de *rigtige* målinger - dem der kan skabe værdi i hele kontaktcentret?

Maggie Klenke

Leder af The Call Center School, USA

As a Founding Partner of *The Call Center School* and an active industry consultant, Maggie Klenke provides assistance to clients in development of strategic and tactical plans, technology applications and integration, staffing and scheduling, service level analysis, and overall management issues. Maggie teaches seminars on a wide variety of call center and telecommunications topics and is a popular speaker at industry conferences.

Maggie writes frequently for the industry press and is on the editorial boards of the *International Journal of Call Centre Management* and *CRM Magazine*.

From 1987 - 1999, Maggie was Vice President of Consulting at *TCS Management Group*. During her tenure at TCS, she was responsible for a growing consulting practice, which specialized in management, design, and technology applications for call centers, and the development of *Call Center University*.

(indlægget holdes på engelsk)

CASE fra YouSee A/S:

Vejen mod Danmarks Bedste Kundecenter Her er en mission der vil noget!! YouSee Teknisk Hotline har i gennem de seneste 2 år gennemført et forandringsprojekt frem mod målsætningen om at blive "Danmarks bedste kundecenter" målt på 4 områder: høj kunde-tilfredshed, høj medarbejdertilfredshed, høj kvalitet og lave omkostninger. Projektet har været succesfuldt og

p.t. resulteret i følgende konkrete målbare områder.

- Medarbejdertilfredshed er steget fra Index 62 til Index 77
- Stigning i kundetilfredshed fra 81% til 84%
- First Call Resolution (FCR) er steget med 10%
- Samlet fald i Average Handle Time (AHT) med 25%

Rejsen mod "Danmarks bedste kundecenter" kommer ikke uden ændringer og anderledes tænkning. Få indsigt i hvad det kræver på følgende områder:

- Ændringer i teamleder-rollen
- Organisatoriske ændringer
- Lederudvikling
- Til sidst – DERFOR bliver vi Danmarks bedste kundecenter

Mads Jakobsen, afdelingschef

YouSee A/S

CASE fra Call Me:

Succesfuldt salg til eksisterende kunder

Et kontaktcenter har i almindelighed tusindvis af inbound opkald som har karakter af kundeservicehjælp. Dette er naturligvis en nødvendig omkostning for organisationen. Men hvad nu hvis man kunne lave opsalg/krydssalg på en stor del af disse opkald og dermed øge indtjeningen. Call me har de seneste år arbejdet strategisk og intensivt med salg til eksisterende kunder i deres kontaktcenter. I dag ser de enhver kundehenvendelse som en mulighed for salg. Hvad gør du? Kom og hør om Call me's succesfulde erfaringer med:

- Topmotivering - nøglen til vedvarende fokus på mersalg
- Fastholdelse af gejsten hos spillere og ledere
- Implementering og indhold af "salgsbibelen" i call centeret
- Salgsevenets der virker

Henrik Larsen, underdirektør

Call me

Frokost



Kontaktcentret anno 2010

Konference på Hotel Scandic Copenhagen

CASE: Praktisk anvendelse af kundemålinger i kontaktcenteret for Københavns Kommunes Borgerservice

I forbindelse med udarbejdelsen af dette års konference aftalte arrangørerne med Københavns Kommune at lave et anderledes indlæg. Københavns Kommune skulle sætte fokus på nogle udvalgte områder og arbejde systematisk med disse frem mod konferencens afholdelse. Idéen er så - *efter en meget kort tidsperiode* - at vi skal se, hvilke resultater man kan opnå med en fokuseret indsats på kundemålinger.

- Hvordan vi udvalgte fokusområder fra telefonmålingen december 2009
- Hvordan vi har arbejdet med fokusområderne i første kvartal 2010
- De konkrete resultater af arbejdet efter kun tre måneder
- Erfaringer med at have balancerede mål i et kundecenter

Søren Ahrensberg, Kontaktcenterchef Københavns Kommunes Borgerservice

Trivselsundersøgelse

Kan arbejdsmiljøet i kundecentre forbedres gennem benchmarking og netværk?

Medarbejdernes trivsel og arbejdsmiljø har stor betydning for kundecentrets performance. Selvom der er store forskelle på arbejdsmiljøet i forskellige kundecentre, er der en række udfordringer, som er fælles. Med udgangspunkt i disse forskelle og ligheder, har DTU Management, Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø og TeamArbejdsliv taget initiativ til et projekt, hvor en række kundecentre gennem to år er blevet benchmarket på deres arbejdsmiljø og har fået mulighed for at lade sig inspirere af hinanden til at forbedre arbejdsmiljøet. Hør om erfaringerne fra projektet, som er gennemført sammen med kundecentre i Nordea, SKAT, TNT Express, ISS, TDC Call Center Europe og Helsingør Borgerservice.

- Hvordan ser det ud med danske kundecentres medarbejdertrivsel?
- Hvordan kan benchmarking og netværk bruges til at sætte trivsel og arbejdsmiljø på dagsordenen?
- Hvad har kundecentrene lært af hinanden og hvad kan I lære af det?

Inger-Marie Wiegman TeamArbejdsliv

Ny teknologi – international taler

The opportunities with Speech Analytics in Call Centres

Taler offentliggøres på www.mbce.dk

16.00 Afrunding på konferencens 1. dag

16.10 Vinsmagning og networking i udstillingsområdet.

Vinene præsenteres af en ekspert fra Vinea

Torsdag den 22. april

09.00 Velkomst ved dagens dirigent

Sociale medier og kundeinvolvering

Der er sket en eksplosiv stigning i danskernes brug af sociale medier. I følge Danmarks Statistik (Danskernes internetvaner anno 2009) er hver anden dansker nu på eksempelvis Facebook. Og alene det sidste år er danskernes brug af ”sociale netværkstjenester” steget voldsomt fra 27% til 49%. Det er noget, at man bliver nødt til at forholde sig til. Få indsigt i:

- Hvad er sociale medier/netværkstjenester?
- Hvad bruges de til i dag?
- Hvem bruger dem mest?
- Hvordan bruges de?
- Sociale medier og relationsopbygning
- Om at anerkende dine kunders samtaler på internettet om jeres virksomhed
- Kundeservice og sociale medier

Taler offentliggøres på www.mbce.dk

Forandringsledelse i kundecentre – Sådan bliver strategien til virkelig

Kunsten ved en ny strategi er at praktisere den i dagligdagen for at indfri de mål, der sættes og at skabe de forventende resultater. Det handler om at få ledere og medarbejdere til at gøre det rigtige for at nå målene. Det kræver forandringsledelse eller evnen til at eksekvere strategien i hverdagen. Præsentation krydres med praktiske erfaringer samt hverdagens dilemmaer i forhold til:

- Hvad er forandringsledelse? Fokus og virkemidler
- Hvordan skaber vi forandringen i praksis? Hvad virker og hvad virker ikke?
- Og er der særlige udfordringer når vi skal skabe forandringer i kundecentre?

Lisbeth Kroglund CoCoCo



Kontaktcentret anno 2010

Konference på Hotel Scandic Copenhagen

Vælg mellem to dialogbaserede workshops

Som noget helt nyt, lanceres dialogbaserede sessioner, hvor der er mulighed for dybdegående diskussioner og erfaringsudveksling med kollegaer i branchen. Diskussionerne faciliteres og konklusionerne dokumenteres og offentliggøres efterfølgende til alle konferencens deltagere.

Workshop A: Sociale medier og deres betydning for kundeservice

Med udgangspunkt i indlægget om sociale medier diskuteres følgende spørgsmål:

- Hvilken betydning får sociale medier i forbindelse med kundeservice de næste 5 år?
- Hvordan kan vi fra kundecentrenes side bedst rådgive vores organisationer i forhold til kundernes ønske om at anvende de sociale medier som indgang til kundeservice?
- Hvad vil det kræve af medarbejdere, teknologi og processer, hvis sociale medier optager en større del af servicekanalerne?

Claus Bay Eriksen, partner
IPTeams

Workshop B: Hvordan gennemfører du strategier i kundecentre

Med udgangspunkt i indlægget om Forandringsledelse af Lisbeth Kroglund fra CoCoCo diskuteres konkrete spørgsmål i mindre grupper. Som del af faciliteringen af workshoppen bruges Dilemmakort, som er et effektivt forandringsledelsesværktøj, der udfordrer deltagerne til at drøfte og tage stilling til ledelsesmæssige udfordringer for chefer og teamledere.

Eksempel på spørgsmål der vil blive diskuteret:

- Du skal præsentere en ny strategi for dit kundecenter. Hvordan forbereder du dig bedst muligt?
- Hvordan griber vi bedst forandringsprocessen an? Hvad er de 3 vigtigste ting vi skal have på plads?
- Hvornår er det vi ikke lykkes? Og hvad gør vi når man opdager det?
- Du vil gerne ændre opfølgning på medarbejdernes samtalekvalitet, men er samtidig mødt med et hårdt krav om at leve op til service levels. Hvad gør du?
- Du skal nedlægge en funktion og flytte medarbejderne til andre nye opgaver? Hvordan skaber du tryghed i processen?

Forbered meget gerne spørgsmål hjemmefra som du ønsker dine kollegaers perspektiv på.

Lisbeth Kroglund og Karina Kirk
CoCoCo

Frokost

CASE fra ALKA Forsikring Performance i ALKA Forsikring

- få indsigt i de konkrete erfaringer med optimering af drift

Jakob Kjærsgaard, Call Center chef
ALKA Forsikring

KEYNOTE SPEAKER

Net Promoter Score® i kontaktcentre

- anbefaler dine kunder dig og dit produkt?

Der har gennem de seneste år været markant fokus på kundeloyalitet. Det har nemlig vist sig, at loyale kunder er rigtige gode "ambassadører" for din virksomhed og dit produkt. Det er derfor ikke uden grund, at bogen "The Ultimate Question" af Fred Reichheld har givet anledning til en grundig revision af den måde kundeloyalitet og tilfredshedsmålinger anvendes blandt størstedelen af verdens store virksomheder. Kun ét spørgsmål er nødvendigt "Hvor sandsynligt er det at du vil anbefale produkt/service/brand X til en ven, kollega eller forretningsforbindelse?" Metoden kaldes Net Promoter Score® (NPS)

I det sidste fire år er NPS succesfuldt blevet anvendt i virksomheder som blandt andet Microsoft, IBM, GE, Allianz, og danske LEGO.

LEGO har arbejdet strategisk og systematisk med NPS og her er en unik mulighed for at få indblik i deres arbejde. Resultaterne er indiskutable.

- Kort - hvad går NPS ud på?
- Hvordan anvender man det strategisk i organisationen og kundecentret?
- De konkrete resultater LEGO har opnået
- Det videre forløb med NPS

Sophie Patrikios, global Senior Director for Consumer Services, LEGO
(indlægget holdes på engelsk)

Afrunding og opsummering på konferencen
Kl. 16.00 Konferencen slutter

Kontaktcentret anno 2010

Konference på Hotel Scandic Copenhagen

Master Class:

Call Center Leadership Workshop

Underviser: Maggie Klenke, Leder af The Call Center School, USA

1: A Winning Vision:

Essentials of Strategic Planning for Call Center Leaders

One of the most critical roles of today's call center manager or director is that of strategic planner. Every call center should have a vision and a purpose that supports enterprise objectives and a plan for making it happen. In this session, you will learn about the elements and structure of a strategic plan.

We'll provide guidelines to assist you in defining strategic initiatives such as customer access strategy, service goals, performance standards and measures, enabling technologies, staffing budget and plan, call center environment and culture, and center-wide professional development.

The session will also review ways to define value and ROI of the call center operation and provide tips for communicating and gaining approval for the plan from senior management.

Seminar attendees will learn to:

- Describe the benefits of developing a strategic plan for the call center.
- Outline the six key components and overall structure of a strategic plan.
- Define the steps of identifying key long-term objectives as well as the short-term steps of getting there.
- Identify how to link the call center plan to enterprise objectives and goals.
- Describe ways to communicate the plan and gain approval from senior management.

2: Analytics and Reporting:

Developing a Contact Center Reporting Plan

The areas of performance optimization and performance analytics are getting much attention today as one of the biggest opportunities for improving overall performance in the contact center. What is the difference between reporting, analytics, and performance management?

This session is designed to help contact center managers and analysts understand these important functions – and the associated technologies – in order to make better decisions.

Attendees will learn the basic roles of each of these three major functions, how they differ, and how they interrelate. Discussions will include how and when to apply these functions based on the specific challenges you face and how to communicate the results to your stakeholders

Seminar attendees will learn to:

- Develop a reporting strategy aligned with enterprise mission and goals.
- Identify the sources of data to be utilized in reporting and analytical tasks.
- Describe the role of performance management supported by reporting and analytics.
- Identify some of the technologies involved in analytics and performance management.
- Recognize best practices for communicating performance results to each of the stakeholder groups.

Kontaktcentret anno 2010

Konference på Hotel Scandic Copenhagen

3: Creating a Sales Culture:

Optimizing Sales Performance in the Call Center

Creating a high-performance sales center is not just about teaching frontline staff to sell. It's about creating a sales culture – an environment in which the tools, technologies, processes, and incentives all support maximum sales performance.

This session provides a foundation for creating and sustaining a high-performance sales center. You'll learn how to uncover hidden revenue opportunities and build a business case for implementing the needed systems and incentives for making those revenues a reality.

You'll also hear proven practices for setting performance criteria, selecting the best sales staff and training them effectively, coaching for sustained improvement, and proving incentives that reward the right behaviors.

Seminar attendees will learn to:

- Uncover hidden revenue opportunities, along with maximizing current revenue streams.
- Identify tools and technologies that support the sales process.
- Identify traits of the most successful sales people and how to interview and screen for these when interviewing.
- Outline the critical factors in the sales training curriculum.
- Define the most effective performance criteria and eliminate what is not working.
- Redesign the sales incentive plan to reward the right behaviors.

Master Class afholdes på engelsk.

Pris for dette arrangement: 4.995 DKK. ekskl. moms.

Inklusiv forplejning og undervisningsmateriale.

Tilmelding sendes til: booking@mbce.dk

MBCE

Nørre Voldgade 16, 4 sal.

1358 København K

Evt. spørgsmål rettes til Jens Severinsen på jens@mbce.dk eller

Mobil: (+45)24 81 04 49

Early bird rabat !

Rabatsystem:

Tilmeld dig inden den 20. januar 2010 og opnå early bird rabat på 20%

Ved tilmelding til både åbningsseminar og konferencen opnås 25% i early bird rabat.

(Man må gerne tilmelde en person til Master Class og en anden person til konferencen fra samme organisation)

Grupperabat: Kontakt Jens Severinsen på 33 13 93 06



Kontaktcentret anno 2010

Konference på Hotel Scandic Copenhagen

Kontaktcentret anno 2010

21. & 22. april 2010 på Hotel Scandic Copenhagen

Ja tak, jeg reserverer plads på konferencen d. 21. & 22. april 2010

+ **Åbningseminar Master Class d. 20. april**

Pris: Kr. 14.990,- ekskl. moms pr. deltager – early bird pris: Kr. 11.242,50 ekskl. moms

Ja tak, jeg reserverer plads på konferencen d. 21. & 22. april 2010

Pris: Kr. 9.995,- ekskl. moms pr. deltager – early bird pris: Kr. 7996,- ekskl. moms

Ja tak, jeg reserverer plads på Åbningseminar - Master Class d. 20. april 2010

Pris: Kr. 4.995,- ekskl. moms pr. deltager – early bird pris: Kr. 3996,- ekskl. moms

Early Bird Rabat:

Ved tilmelding inden 20/1/2010 – rabat 20% på konferencen

Ved tilmelding til både Åbningseminar og konferencen: 25% Early Bird rabat

Tilmelding sendes til booking@mbce.dk
eller fax 3313 9307

Navn/Stilling:

Afdeling:

Navn/Stilling:

Afdeling:

Navn/Stilling:

Afdeling:

Navn/Stilling:

Afdeling:

Virksomhed:

Adresse:

Post nr.:

By:

Telefon:

e-mail:

A662p

Afbestillingsbetingelser:

Eventuel afbestilling skal foregå skriftligt til MBCE, Nørre Voldgade 16, 4., 1358 København K eller faxes på 33 13 93 07. Ved afbestilling beregnes et administrationsgebyr på 10% af fuld konferenceafgift pr. afbestilling. Fra 3-14 dage inden konferencen beregnes et gebyr på 50% af fuld konferenceafgift pr. afbestilling. 2 dage inden konferencen og senere vil refundering af konferenceafgiften ikke være mulig. Hvis du bliver forhindret i at deltage, er du naturligvis velkommen til at overdrage din plads til en kollega.



MBCE · Nørre Voldgade 16, 4. · 1358 København K · tlf.: 3313 9306