



- AGENDA DE CURSOS
- AGENDA DE EVENTOS
- ANUÁRIO - CALL CENTERS BRASIL
- ARTIGOS
- CALLTOCALL BANNERS
- CALLTOCALL NEWS
- CÓDIGO DE ÉTICA
- CURRICULUM / VAGAS
- ESPAÇO SAÚDE
- GLOSSÁRIO
- RESPONSABILIDADE SOCIAL
- NOTÍCIAS POR CATEGORIA**
- BENCHMARK
- CASES
- CONAREC 2009
- CRM AGORA!
- EXECUTIVOS
- MARKETING E MERCADO
- PERFIL DAS EMPRESAS
- PESQUISA DE MERCADO
- PRODUTOS E SERVIÇOS
- PUBLICAÇÕES
- RECURSOS HUMANOS
- SOFTWARE/TECNOLOGIA
- TREINAMENTO

Siga com Call To Call no Twitter |

Terça-feira - 15 de Setembro de 2009

Artigos

Tentando sair do óbvio

Sandro Carvalho Zamarioli

Como sair da mesmice das dezenas de e-mails que lotam nossas caixas de entrada ressaltando os benefícios da terceirização de processos? Praticamente impossível.

Atire a primeira pedra a aquele que conseguir falar de BPO ou outsourcing, sem citar os benefícios mágicos associados a estes processos: redução de custos, aumento de qualidade, manutenção do foco da empresa nos processos core - que regem os rumos dos negócios -, desonerando as equipes de processos, que embora sejam críticas para o sucesso das operações, não se constituem como o core business da empresa.

Mesmo as vantagens sendo óbvios, a forma de alcançá-los não é nada trivial.

Entender profundamente o processo de negócio que está sendo terceirizado, ser capaz de atender a um rigoroso SLA que garanta prazos e qualidades melhores do que os níveis anteriores, e principalmente entregar o escopo contratado, garantindo a estabilidade do processo a um custo menor, são os pontos-chave que devem ser analisados nesta modalidade de contratação.

Isso faz com que este mercado, não tenha espaço para aventureiros, esteja você de qual lado for da mesa de negociação. Seja comprador ou vendedor, é preciso saber exatamente como estes benefícios serão alcançados.

Ao longo dos meus anos de experiência neste mercado, observei que surgiram diversas siglas e roupagens para a mesma solução de serviços de outsourcing, mas a verdade é que para todas as empresas que trabalham neste segmento com seriedade, experiência e referência, os argumentos de venda de processos como estes são muito consistentes e comprováveis.

O mercado já conta com empresas com histórico de sucesso em projetos na área de telecomunicações, onde todo o investimento em P&D e o know-how adquirido nos processos de negócio possibilitaram a inserção no mercado de BPO. Um trabalho a longo prazo, que requer antes de mais nada, profundo conhecimento no processo de negócio do cliente, capacidade técnica e operacional para definir e cumprir rigorosos SLAs, e principalmente, condições de entregar melhor qualidade a um custo menor.

Esta experiência me leva a acreditar que o grande projeto de outsourcing ou BPO, é aquele que o cliente compra sem que você precise vendê-lo, pois os benefícios são tão óbvios e mensuráveis, que é praticamente impossível contestá-los.

Se você está do lado de quem compra, certifique-se de que realmente está adquirindo a solução em serviços do provedor mais qualificado a entregar a melhor qualidade com o menor custo. Se você está do lado de quem vende, e está devidamente preparado, com amplo know-how, experiência e referência, bons negócios!

Publicado em: 14/09/2009

CALL CENTER BRASIL

*Negócios24x7x365
Conheça A Exposição
Virtual Call To Call
Tecnologia e
Produtos para
Call Centers*

+55 11 2790-2020

Grupo Am3
*Excelência na Gestão
de Serviços aos Clientes*

TerNET
EM RELACIONAMENTOS

4ª feira é dia!

CONTACT CENTERS

Se desejar enviar esta página para um amigo, clique no botão abaixo:

NOTÍCIAS GLOBAIS



Noticiário Global em Português
PR Newswire TV - Entrevistas