

- Artigos
- Biblioteca
- Calendário
- Capacitação
- Cases
- Crédito e Cobrança
- Dicas
- E-Business
- E-Gov
- Especial
- Estatísticas
- Frases
- Gente
- Gestão
- Marketing de
- Relacionamento
- Mobile
- On-Line
- Ouvidoria
- Perfil Empresarial
- Players
- Produtos
- Rapidinhas
- Responsabilidade
- Social
- Serviços
- Tecnologia
- CONTATO**
- Quem Somos
- Fale Conosco

- Nossos Serviços
- Revista
  - Cadernos
  - Clientesac
  - Blog
  - Ranking
  - Empregos
  - TVip
  - Guia
  - Central



Busca:   Nossos Serviços:

- [cadastre-se e receba nossos Boletins](#)
- [participe da nossa Enquete](#)
- [programe-se com o Calendário](#)
- [anuncie com a gente Publicidade](#)

**CENTRAL DE NOTÍCIAS: CRM na Web 2.0**

[artigos](#)

**Para sair do óbvio**

[16/9/2009 - 00:00] - O grande projeto de outsourcing ou BPO é aquele que o cliente compra sem ofertas

Autor: **Sandro de 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 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 óbvias, a forma de alcançá-las 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, na qual todo o investimento em P&D e o know-how adquirido nos processos de negócio possibilitaram a inserção no mercado de BPO. Um trabalho em 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 com 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

Sandro Carvalho Zamarioli é senior account executive da Triad Systems.

TAGS: Sandro Carvalho Zamarioli

**Veja mais Sobre: Artigos**

- » Se me permite, regulamentar foi preciso
- » Para sair do óbvio
- » Nova realidade espera novo crédito
- » Momento mágico
- » Risco necessário
- » O potencial consumidor da terceira idade
- » Os 10 mandamentos do consumidor
- » O futuro está no SaaS
- » Um jogo de xadrez deveras complicado
- » Um epicentro chamado operação

**Interação**

- » Comentar a Matéria
- » Enviar para um amigo
- » Imprimir a Matéria



**Bolsa de E**

Vagas:  
Currículos:

**Ranking**

Os 10 maiores CALL

Faturamento (2  
Func. (2009) PAS.

01. Contax
02. Atento
03. Tivit
04. Dedic
05. TMKT
06. AeC Contact
07. CSU
08. Teleperforma
09. Brasilcenter
10. Algar Tecnolo

**Última Atualiza**

**Contact Seres**  
EM: 14/9/2009 -



**Guia de P**

**Pesquisar:**

**Central e**

**Login:**

**Senha:**

Esqueceu a S

