

## Um Call Center não pode crescer com base na polivalência total de seus colaboradores

*Metodologia difundida pela Kope Consulting é o pilar para a consolidação de uma tendência para o setor de serviços, em especial o de call center.*

A **Kope Consulting**, empresa focada em resultados e com experiência de 20 anos em consultoria, afirma que um call center deve ser mais do que um centro de atendimento ao cliente.

Segundo Alejandra Garcia, CEO da **Kope**, a crescente popularização dos call centers tem uma razão já estabelecida: os sistemas de atendimento ao cliente são baseados em economias de escala. O número de operadores necessários não cresce proporcionalmente ao centro de operações, para um mesmo nível de serviço. Este “fenômeno”, segundo a executiva, explica porque os call centers têm penetrado fortemente no mundo dos serviços: **a melhora dos custos é devido a polivalência total dos empregados.**

“Hoje, um call center tem que evoluir na mesma medida das exigências dos clientes e, para isso, deve ser muito mais do que um centro de atendimento ao cliente, transformando-se em um Centro de Solução de Problemas (CSP)”, afirma. Para Garcia, o cliente moderno e atualizado leva problemas de diferentes tipos ao centro de atendimento, que deve utilizar todos os seus recursos para resolvê-los. Porém, “esses recursos não se tratam, exclusivamente, de pessoas com perfis ‘homogêneos’, mas sim de pessoas com diferentes tipos de conhecimentos e habilidades, que atuam no processo de solução de um problema, seja de forma individual ou coletiva”, complementa Garcia.

Esta nova perspectiva, difundida pela **Kope**, se desenvolve através do enfoque **PDM – Problem Driven Management** - que tem como base a solução de problemas operacionais para atingir maior produtividade hoje e competitividade no futuro. Não basta ter uma equipe de operadores que, com base em suas habilidades individuais, atende ao cliente utilizando o bom-senso como parâmetro. A alta rotatividade de funcionários, inerente ao setor, impede que processos sejam criados e implantados a partir de situações cotidianas que, se colocadas em discussão, poderiam ser plenamente resolvidas. A padronização e operacionalização de simples tarefas refletiriam em satisfação imediata dos clientes, gerando menos tempo de atendimento (TMA) e, conseqüentemente de espera (TME).

## Serviço X Economia

De um lado, há quem pergunte: deixar a polivalência pode desencadear a perda da eficiência e redução de custos ao transformar o call center num Centro de Solução de Problemas? Do outro, Garcia responde que, de certa forma, sim. “Porém, não em valores que nos deixem tentados a trocar a melhoria do serviço por economia. Para isso, existem sistemas de treinamento e desígnio de tarefas do tipo *skill-chaining* que, corretamente desenhados, recuperam os 70% da vantagem em custo do sistema tradicional”. Para a CEO, há pouquíssimas razões para sacrificar a qualidade

do serviço (competitividade) em troca de uma pequena redução de custos (produtividade). “Basta pensar na quantidade de clientes não satisfeitos que uma empresa perde e não sabe o motivo”, argumenta.

PDM - *Problem Driven Management*, segundo a Kope, permite mudar a visão tradicional de um call center. Com a sua aplicação, o centro adquire novas dimensões que resolvem, da melhor maneira, a relação custo-qualidade de serviço presente em um centro tradicional. Isso acontece quando é gerada uma cadeia de valor que pode ser reconhecida pelo cliente direto e indireto e transferida ao valor do serviço. “Esta seria uma maneira de tirar os call centers da comoditização e da tendência à degradação dos preços e, portanto, à redução cada vez maior das margens de lucro”, explana.

Alejandra Garcia afirma que a próxima tendência dos call centers é continuar o caminho dos seus clientes, que cada dia vendem mais serviços para diferenciar seus produtos. “Mas, para isso, devem transformar-se em Centro de Solução de Problemas (CSP)”, finaliza.

---

A **Kope Consulting** é uma empresa focada em resultados, com experiência de 20 anos em consultoria, treinamento e investigação em diferentes áreas e atuação em empresas locais e multinacionais. Sua expertise é integrar o conhecimento adquirido no cotidiano às atitudes empresariais. Conta com uma equipe composta por profissionais capazes de fazer as coisas acontecerem, ou seja, implementar as ações planejadas de forma a gerar resultados efetivos.

Com sede no Brasil, a Kope conta com escritórios e representantes em diversos países da América Latina, como Uruguai, Chile, Argentina, Equador e Peru. A estratégia de crescimento regional tem base no fornecimento de conteúdo e metodologia para parceiros que buscam enriquecer seu portfólio de soluções e fortalecer sua estratégia de desenvolvimento.

*Clientes da Kope Consulting: Aena Aeropuerto Madrid-Barajas; Alhambra System; Banco Bilbao Vizcaya; Ceaga; Consejería del Medio Ambiente de la Junta de Andalucía; Corporación Siderúrgica Industrial; DG XXIII, Desarrollo Regional, CCE, Laboratórios Lilly, entre outros.*

---

**Informações para a imprensa**

**Mix de Marketing e Comunicação**

Tel (11) 3171-2111

Paula Oliveira e Magda Mattos

paula@mixdemarketing.com.br

magda.mattos@mixdemarketing.com.br