

Parametrización de la Calidad del Call Center

Curso

Objetivos

Conocer la metodología de investigación de mercados para la evaluación de la calidad.

Aprender a diseñar un proceso de investigación.

Conocer y practicar técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa.

Diseñar un estudio a través de la selección de muestras representativas.

Entrenar en el diseño de cuestionarios.

Presentar informes clasificadores y persuasivos.

Dirigido a

Responsables de calidad de Call Center y en general, todas las personas con necesidades de recoger información de un modo estructurado que le ayude en la toma de decisiones o para valorar y evaluar la calidad de su actividad y/o de la competencia.

Contenidos

1. DISEÑO DE UN PROCESO DE INVESTIGACION

- Fases en el proyecto de investigación.
- Investigación cualitativa vs. cuantitativa.

2. TECNICAS DE INVESTIGACION CUANTITATIVA

- Introducción metodológica.
- La entrevista en profundidad.
- Focus Group.

3. TECNICAS DE INVESTIGACION DESCRIPTIVA

- Encuesta: Diseño, tipos, ventajas e inconvenientes.
- Trabajo de campo.
- Observación.
- Pseudocompra.

4. DISEÑO DE CUESTIONARIOS

- Procedimiento para desarrollar un cuestionario.
- Tipo de información a recoger.
- Valoración del cuestionario.
- Pretest..

5. ESCALA Y SELECCION DE LA MUESTRA

- Escalas.
- Técnicas de selección de la muestra.

6. INFORME DE RESULTADOS

- Presentación del informe de resultados.