

The background of the slide features a close-up, slightly blurred image of a person's hand pointing at a line graph on a document. The graph shows several data series with varying trends. The overall color palette is dominated by light blues and greys, with a dark blue border around the entire slide.

CLUB BENCHMARK 2010

Services Triad Inc.

*Présentation du programme
de notre 10^e édition*

CLUB BENCHMARK 2010

Le balisage crée une valeur ajoutée en:

- **Mesurant des indicateurs opérationnels en lien avec la gestion du CCC.**
- **Identifiant les principaux écarts de performance.**
- **Comparant les résultats avec les autres joueurs de l'industrie.**
- **Ciblant les idées novatrices utilisées par d'autres entreprises.**
- **Définissant les décisions à prendre pour se rapprocher des meilleures pratiques.**

Pourquoi participer à de telles études ?

- **Suivre l'évolution de l'industrie et de son marché.**
- **Identifier les pratiques gagnantes et garder un avantage compétitif.**
- **Échanger entre collègues de l'industrie des centres de contacts clientèle.**
- **Bénéficier d'analyses d'experts dans le domaine.**
- **Atteindre vos objectifs à long terme.**

CLUB BENCHMARK 2010

Qu'est-ce qui distingue les études de Services Triad ?

- **Confidentialité des données des participants et l'attribution d'un NIP (numéro d'identification personnel).**
- **Questionnaires en ligne facile et rapide à compléter**
- **Portrait de l'industrie québécoise et canadienne.**
- **Points de repères avec d'autres études externes.**
- **Pistes d'amélioration et outils de gestion.**
- **Déjeuners causeries pour échanger sur les résultats des études.**

Services exclusifs offerts aux membres du Club*

- **Accès à tous les sommaires exécutifs de nos études 2006 à 2009.**
- **Accès aux rapports d'études de 2006 à 2008**
- **4 participations gratuites à nos déjeuners causerie**
- **Clips de presse sur des sujets touchant aux CCC.**
- **Accès à d'autres études ou rapports de recherches sur les CCC.**
- **Réduction de 15% sur le prix régulier de toutes autres activités et produits offerts.**



* Pour être membre il faut participer aux 4 études du Club Benchmark

THÈMES EN 2010

1. L'expérience client
 - Définition et application de l'expérience client
 - Conditions de succès
 - Mesures de performances

2. Ressource humaines – Édition 2010
 - Recrutement
 - Rémunération et avantages
 - Le roulement et l'absentéisme

3. Le pouvoir décisionnel dans les opérations du CCC (étude express)
 - Latitude d'intervention de chaque niveau de ressources
 - Les impacts de cette latitude les leviers de gestion et l'imputabilité
 - Les mesures de la satisfaction clientèle et des employés

4. La gestion du débordement d'appels
 - Processus en place
 - L'impartition
 - Les avantages et les défis

PROMOTION 2010

Forfaits études (membres Club)

	<u>Prix avant le 30 Nov. 2009</u>	<u>Prix après le 30 Nov. 2009</u>
Participation aux 4 études: (incluant 4 participations aux déjeuners causerie*)	3900 \$	4900 \$
Participation additionnelle aux déjeuners:	85 \$ch.	-----

** Les déjeuners ont lieu à Montréal et Québec*

- *Référez nous une nouvelle entreprise et obtenez un rabais additionnel de 15% sur votre abonnement*
- *Rabais corporatifs disponibles pour entreprises désirant inscrire 3 centres et plus*

INSCRIPTION DU PARTICIPANT

Prière de compléter toutes les informations de la section « inscription du participant » en cliquant 2 fois dans le tableau ci-dessus:

Entreprise participante et nom du directeur du CCC:

Coordonnées pour expédition des questionnaires :

Nom :

Téléphone :

Courriel :

Coordonnées pour expédition des rapports :

Nom :

Téléphone :

Courriel :

Combien employez-vous de personnes équivalent temps plein (ETP) dans votre centre? *(Indiquez le nombre)*

Nombre d'employés équivalent temps plein (tous les employés incluant les gestionnaires) =

Nombre de conseillers équivalent temps plein affectés au traitement des contacts =

Nombre de stations de travail dans votre CCC =

Pourcentage (%) de vos appels de sortie =

Pourcentage (%) de vos appels d'entrée =

Est-ce que votre centre est syndiqué ?

INSCRIPTION DU PARTICIPANT

Secteurs d'activités

Veillez cocher le secteur principal dans lequel se catégorise le mieux l'entreprise (ou la division) à laquelle le centre de contacts est rattaché

Assurances

Centres oeuvrant dans le secteur des assurances auto, habitation, vie ou autre produits de l'assurance.

Services bancaires

Centres reliés aux transactions bancaires et/ou aux cartes de crédit.

Services financiers

Centres offrant des services conseils de dépôts et de placements incluant l'administration du patrimoine, des successions, des fiducies, des régimes de pension et des contrats d'agence.

Impartiteurs

Centres qui se voient confier, par des entreprises de divers secteurs, la gestion de tous types de contacts entrants et/ou sortants soit en totalité ou en partie

Services gouvernementaux / Institutionnels

Centres offrant des services gouvernementaux, para gouvernementaux ou institutionnels.

Téléphonie / Télécommunications

Centres reliés au domaine de la téléphonie, de la câblodistribution, de la télévision par satellite et/ou des services internet.

Services

Centres oeuvrant dans des secteurs de services non compris dans les autres catégories, que ce soit auprès des consommateurs ou des clientèles d'affaires.

Distribution de produits

Centres oeuvrant dans des secteurs des biens de consommation, que ce soit à titre de manufacturier ou de distributeur.



INSCRIPTION DU PARTICIPANT

Vocation

Veillez cocher la vocation principale des activités exercées par le centre de contacts.

 Prise de commandes / réservations

Comprends entre autres les commandes téléphoniques dans le secteur de la restauration, les réservations de produits du tourisme et du voyage, les services de commandes par catalogue.

 Recouvrement / perception

Comprends les centres effectuant les rappels de soldes dus et les recouvrements de créances.

 Service à la clientèle (incluant collecte d'informations)

Comprends les centres offrant de l'information générale à la clientèle au sujet des produits et services offerts par l'entreprise, incluant les centres offrant des services d'indemnisation ou de crédit.

 Service à la clientèle avec vente

Comprends les centres effectuant des activités de ventes en accompagnement du service à la clientèle.

 Soutien aux utilisateurs (help desk) / répartition

Comprends entre autre les centres de soutien informatique, les centres de références, les centres de réparation technique.

 Vente / prise de rendez-vous

Comprends entre autres les centres de sollicitation téléphonique, les centres de souscription d'assurance.

ABONNEMENT

Forfait études	Quantité	Prix unitaire	Total
Participation à 4 études (incluant 4 participations aux déjeuners causerie)		3900 \$*	
Participation additionnelle aux déjeuners		85 \$ch.*	
Participation par étude ** (ne peut bénéficier des avantages « membre »)		1300 \$*	
Sous-total			
TPS (5%)			
TVQ (7,5%)			
Total			

*Prix en vigueur jusqu'au 30 novembre 2009

** Veillez nous contacter pour votre choix d'études

PAIEMENT

Coordonnées pour facturation :

Nom _____

Courriel _____

Téléphone _____

Adresse postale _____

Mode de paiement

Chèque _____

Visa # _____ exp : _____

MasterCard # _____ exp : _____

Veillez nous indiquer dans quelle langue vous désirez recevoir les rapports

Français

Anglais

S.V.P. Compléter les informations demandées aux pages 6 à 10 et retourner par courriel à l'adresse suivante : benchmark@servicetriad.com

Pour plus d'informations veuillez contacter Pierre Marc Jasmin au

(514) 931-0663 poste 226

