



APCC - Associação Portuguesa de
Contact Center

MON, 05 JUN 2023

Table of Contents

HEADLINE	OUTLET	PUBLISHED AT
Call center da Goldenergy premiado pela APCC	A Voz De Trás-Os-Montes	Tue, 30 May 2023
Visor.ai distinguida nos APCC Best Awards	Ntech.News	Mon, 29 May 2023
A IA é “mesmo o próximo grande passo” nos Contact Centers	Distribuição Hoje	Fri, 26 May 2023
A inteligência artificial já atende chamadas nos call centers e promete aliviar pressão do setor	CNN Portugal	Thu, 25 May 2023
Gestão de recursos humanos e tecnologia. Qual o caminho a seguir?	Dinheiro Vivo	Thu, 25 May 2023
Há cada vez mais trabalhadores com ensino superior em call centers - e têm salários baixos	SIC Notícias	Mon, 22 May 2023
APCC distingue os melhores Contact Centers nacionais	Pontos De Vista	Mon, 22 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers' O Atual	Alentejo Atual	Sat, 20 May 2023
Já são conhecidos os melhores Contact Centers em Portugal	HR Portugal	Fri, 19 May 2023
Lisboa e Porto totalizam quase 3/4 dos colaboradores de contact centers	Distribuição Hoje	Fri, 19 May 2023
APCC distingue os melhores contact centers nacionais	Human	Fri, 19 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos contact centers mas remuneração média bruta diminui	HR Portugal	Thu, 18 May 2023
Saiba quais são os melhores contact centers nacionais de acordo com a APCC - Distribuição Hoje	Distribuição Hoje	Thu, 18 May 2023
Vantagens de contratar energias renováveis com a Goldenergy	Gazeta Rural	Wed, 17 May 2023
SIMPLIFICAR PROCESSOS E ATENDER ÀS EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR	Distribuição Hoje	Wed, 17 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos contact centers – MyBolsa	MyBolsa	Wed, 17 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos contact centers	Dinheiro Vivo	Wed, 17 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'	Executive Digest	Wed, 17 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos "contact centers"	Sábado	Wed, 17 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos "contact centers"	Rádio Renascença	Wed, 17 May 2023
Mais trabalhadores com ensino superior, mas salários estagnaram nos contact centers	Rádio Lisboa	Tue, 16 May 2023
Ensino superior aumenta nos contact centers	Observador	Tue, 16 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'	Sapo 24	Tue, 16 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'	Correio Da Manhã Canadá	Tue, 16 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers' - Impala	Portal Impala - VIP	Tue, 16 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'	Portal Impala (PT)	Tue, 16 May 2023
Mais trabalhadores com ensino superior nos contact centers	ECO	Tue, 16 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'	Visão	Tue, 16 May 2023
Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'	Notícias Ao Minuto	Tue, 16 May 2023
Associação Portuguesa de Contact Centers promove formação de colaboradores com Bolsas Talentum	HR Portugal	Tue, 02 May 2023

KPI Summary



30


Articles



493.21k

Impressions

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

A VOZ DE TRÁS-OS-MONTES 

Tue, 30 May 2023

Call center da Goldenergy premiado pela APCC

FREQUENCY	N/A	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 162	IMPRESSIONS	515
MUV	20,600				
TAGS	APCC Contact Centers				

-PUB-

O Hotel Palácio do Estoril acolheu a 20ª Conferência Internacional APCC Contact Centers 2023. Durante a cerimónia, e a propósito dos APCC Best Awards 2023, a Goldenergy foi premiada com o 1º lugar em Serviço de Apoio ao Cliente no Setor da Energia, uma distinção que “nos deixa muito orgulhosos”, afirma Susana Bernardino, diretora de operações da empresa, com sede em Vila Real.

“É um prémio importante porque passa uma imagem muito forte para o mercado. Mostra que temos um serviço de excelência e com muito profissionalismo”, acrescenta, indicando que “hoje já não queremos ser o melhor call center do país, mas sim da Península Ibérica”.

Cátia Pires, responsável pelo call center, aproveita para destacar, por exemplo, “a aposta na formação e em recursos humanos que façam com que o cliente se sinta especial”, coo fatores diferenciadores da Goldenergy.

“Procuramos ter um atendimento fácil e humanizado”, reforça, salientando que “numa era em que se fala de transformação digital e na inteligência artificial, não queremos perder o contacto humano”.

E isso nota-se, tendo em conta que a empresa tem vindo a crescer, contando, atualmente, com quase 200 colaboradores. “Estamos a falar de uma equipa jovem em idade, mas também na experiência em contact center, o que faz com que este tipo de prémios sejam

ainda mais especiais”.

“Temos vindo a apostar muito na formação porque só assim o serviço pode ser diferente”, admite Susana Bernardino.

Questionadas sobre o que faz deste um call center de sucesso, confessam não haver um segredo, mas apostam na “empatia e no facto de quem aqui trabalha vestir a camisola da empresa”, afirmando que “se formos empáticos com quem está do lado de lá é muito importante”.

De referir que a Goldenergy recebeu mais três prémios. Ficou em 2º lugar na categoria de Melhor Contact Center <100 agentes e em terceiro lugar nas categorias de Outbound, com a equipa de telemarketing, e na de gestão própria da equipa do Serviço de Apoio ao Cliente.

Cátia Pires e Susana Bernardino Miguel Checa, CEO da Goldenergy, fala em “reconhecimento do esforço dos nossos colaboradores” e salienta que “somos já a terceira empresa em número de clientes. Isso deve-se ao serviço de proximidade e de qualidade que garantimos”.

A Goldenergy tem vindo a crescer ao longo dos últimos anos e em breve irá alargar o espaço atual, permitindo dar “mais conforto aos colaboradores”.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

NTECH.NEWS 

Mon, 29 May 2023

Visor.ai distinguida nos APCC Best Awards

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

A Visor.ai obteve a classificação de Ouro nos APCC Best Awards 2023, na categoria Tecnologia.

“O trabalho inovador da empresa e o seu empenho em revolucionar a experiência do cliente através da IA, rendeu o maior reconhecimento” na última gala da Associação Portuguesa de Contact Centers, “devido à pontuação excepcional da sua solução de Conversação Inteligente”, conforme sublinha a empresa em comunicado.

Os Troféus APCC Best Awards reconhecem todos os anos as organizações que mais se destacaram na atividade de Contact Centers em Portugal, quer ao nível da gestão estratégica, operacional e tecnológica, quer ao nível do capital humano, contribuindo para a valorização do setor.

Os prémios APCC são resultado direto da votação e rating das empresas associadas, baseando-se apenas na satisfação direta com as soluções ou serviços apresentados.

“É uma honra enorme receber o prémio APCC Best Award, principalmente sendo este feito resultado do feedback das empresas que utilizam a nossa solução”, afirma Gianluca Pereyra, CEO da Visor.ai.

“Este reconhecimento e a confiança demonstrada reafirma o nosso compromisso na procura constante em inovar e revolucionar a área de automação de serviço ao cliente”, disse ainda.

Com os olhos postos no futuro, a Visor.ai continua a sua aposta nas mais recentes tecnologias, tendo apresentado diversas novas funcionalidades. Entre elas, destaque para

uma nova solução de auditoria de voz para contact center, potencializando a última tecnologia GPT para a análise e avaliação dos dados da chamada. Esta solução permite detetar linguagem tendenciosa e examinar a correta implementação dos procedimentos instaurados de acordo com a regulamentação necessária ou com políticas internas da empresa.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DISTRIBUIÇÃO HOJE 

Fri, 26 May 2023

A IA é “mesmo o próximo grande passo” nos Contact Centers

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 180	IMPRESSIONS	574
MUV	22,960				
TAGS	APCC Contact Centers				

A 20ª Conferência Internacional da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) decorreu no passado dia 17 de maio. Durante o evento, os avanços tecnológicos e o lado pessoal dominaram as intervenções.

Com a tecnologia a continuar a ser uma forte aposta dos Contact Centers como elemento diferenciador na eficiência das operações, Ad Nederlof, fundador do Vanad Group, apontou que esta será a solução para muitos dos desafios diários dos Contact Centers modernos, como é o caso do maior volume de trabalho e da escassez de mão de obra.

Segundo o especialista, a Inteligência Artificial (IA) é mesmo o próximo grande passo, até porque a eficácia de um agente robótico é superior, na maioria dos casos, sendo por isso a empatia emocional substituída pela empatia racional.

Ainda sobre IA, Rui Lopes, CEO da AGENTIF.AI, lembrou que é importante pensar de que forma é que podemos potenciar estas tecnologias para criar uma boa experiência junto do operador e do cliente. Disse mesmo que a verdadeira disrupção está na experiência do cliente e vai ser a partir da IA que essa disrupção vai trazer uma vantagem competitiva aos que conseguirem implementar devidamente a tecnologia.

Também a web 3.0 assume um papel importante. Jean-Marie Pierron, Vice-president Tech Industry da SALESFORCE, considerou que para o profissional de marketing a web 3.0 abre novas formas de conexão e permite impulsionar o crescimento das marcas através da angariação de novos clientes.

Outro dos temas apresentados durante a conferência foi o nearshoring. Mariana Ramos, COO da Teleperformance Portugal, considera que o mercado português tem um enorme potencial nesta área não só pela sua localização geográfica, mas também pela “compatibilidade cultural”.

“Para além de Portugal estar tão próximo e dentro do fuso horário dos grandes mercados de compra na Europa, estamos dentro da União Europeia e, portanto, cumprimos com muitas das regulamentações exigidas para offshore e nearshore”, adiantou a oradora.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

CNN PORTUGAL 

Thu, 25 May 2023

A inteligência artificial já atende chamadas nos call centers e promete aliviar pressão do setor

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 20,448	IMPRESSIONS	65,019
MUV	2,600,760				
TAGS	Contact Centers				

Já existe uma inteligência artificial (IA) capaz de marcar consultas de medicina e fazer transferências de dinheiro por chamada. O seu nome é Alice e é uma assistente digital inspirada na personagem Baymax, o cuidador pessoal do filme da Disney Big Hero 6. Criada pela AgentifAI, uma startup bracarense focada em IA, o objetivo da Alice é acompanhar pessoas de forma eficaz, prestando um serviço personalizado e estando sempre disponível.

As palavras são de Rui Lopes, fundador e CEO da AgentifAI, que defende que a IA pode não só assumir as tarefas mais simples e repetitivas do atendimento ao cliente, como aliviar a pressão sob o setor. A Alice já atua na área da saúde através do grupo Lusíadas, ao fazer marcações de consultas. A Alice também está na banca, com a Caixa Geral de Depósitos (CGD), embora Rui Lopes admita que a assistente pode vir a trabalhar noutros setores.

No entanto, o CEO sublinha que tem de haver uma condição: “um enfoque na experiência do cliente”. A assistente virtual já fala com os clientes de modo quase humano e, embora a solução permita automatizar parte do trabalho, Rui Lopes explica que o objetivo é melhorar a experiência do cliente. Pode parecer contraditório, mas este caminho também pode passar pela melhoria da experiência dos próprios operadores de call center.

Para o CEO da AgentifAI, os operadores, muitas vezes, não têm acesso à informação que precisam de dar em alguma situação. Outras vezes, até têm acesso, mas não é fácil encontrar essa informação. “Nós achamos que a IA, aqui, pode ser uma grande ajuda, desde

logo dotando o operador do seu próprio assistente digital”, defende Rui Lopes.

O CEO defende que a adoção de um assistente digital para os operadores de call center iria permitir dar em tempo real todo o contexto necessário à prestação de um bom atendimento, seja uma informação ou uma operação, garante. “Dotando o operador com todas estas ferramentas, mas personificando esse apoio do assistente digital com o operador”, haveria uma melhoria da produtividade, mas também uma melhoria da própria experiência do cliente, argumenta.

“Se um operador está em chamada e recebe um pedido ao qual não consegue responder diretamente, vai ter de procurar informação e colocar o cliente em espera. Logo aí, a experiência já não é a melhor”, argumenta Rui Lopes, apontando que com um assistente digital este problema desapareceria e evitar-se-ia situações de stress.

O CEO da AgentifAI considera que os call centers representam um serviço crítico, mas que, “tipicamente, está sob muita pressão”. Embora estes serviços contem com sistemas de triagem - isto é, “menus” onde o utilizador tem de marcar o número 1 ou 2 para aceder a certas opções -, do ponto de vista do cliente, esta solução “é péssima”, considera. “Acho que ninguém gosta desse tipo de atendimento e toda a gente tem alguma repulsa”.

Na opinião do CEO, o futuro do atendimento ao cliente irá passar pela humanização do serviço prestado pela IA, mas também defende que um bom resultado só será alcançado desde que a motivação principal não seja apenas a automação, mas também o foco na experiência do cliente.

Através do diálogo, a Alice presta um acompanhamento personalizado “independentemente do contexto da pessoa”. Apesar do recurso à IA, o CEO garante que o foco “está na ciência e na experiência e não na tecnologia”. Para Lopes, uma das vantagens deste serviço é a sua acessibilidade, já que “a pessoa só fala e tem acesso, não tem que trabalhar com uma interface”.

Tipicamente, para aceder a estes serviços, é necessário usar o meio digital o que obriga a ter um determinado nível de literacia digital. “Nós temos pessoas seniores, com mais de 80 anos, a fazer uma marcação de uma consulta por telefone com um robô. Portanto, não precisou de aprender nada, não precisou de comprar um telemóvel novo ou qualquer outro tipo de equipamento”, explica Rui Lopes.

Sublinhando que este serviço é prestado via diálogo, a barreira de acesso esbate-se por completo, sendo que o utilizador consegue acesso sem tempo de espera e à hora que quiser, justifica o CEO.

O CEO também não esquece que existe um crescente debate em torno da regulação da IA, algo que encara com bons olhos. Na perspetiva de Lopes, deve haver regulação no mundo da IA e o CEO traça um paralelo com o regulamento geral de proteção de dados (GDPR). Para o líder da AgentifAI, o GDPR trouxe clareza e regras ao mercado, melhorando a prioridade em segurança.

“Foi uma iniciativa bastante positiva”, admite o CEO. Na altura, também havia receio em relação ao impacto do GDPR na competitividade das pequenas empresas, “que poderiam não ter recursos para aplicar todas aquelas regras”, explica. Mas, “a verdade, é que o mercado se adaptou”, acrescenta. Lopes considera que se irá passar o mesmo no setor da IA, que “vai ser benéfico haver estas regras”.

O CEO exemplifica com o escândalo da Cambridge Analytica, uma empresa ligada a Steve Bannon, o estrategista político de Donald Trump. Bannon pagou a um criador de aplicações do Facebook para aceder a informações pessoais de cerca de 87 milhões de utilizadores da plataforma. Também neste caso a IA foi utilizada para identificar informação e criar “uma espécie de bolha de conteúdos que se mostrou eficaz”, revela Lopes.

Agora, com o recurso a IA mais poderosa como a de hoje, “conseguimos fechar o ciclo”, ou seja, “para além de identificar e fazer o profiling das pessoas, conseguimos também criar conteúdos persuasivos para esse perfil”, não só de forma massificada, mas também interativa, explica o CEO. Como tal, Rui Lopes defende uma concertação a nível mundial de modo que esta tecnologia seja utilizada da melhor forma. ✨

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DINHEIRO VIVO 

Thu, 25 May 2023

Gestão de recursos humanos e tecnologia. Qual o caminho a seguir?

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 7,821	IMPRESSIONS	24,867
MUV	994,680				
TAGS	Contact Centers				

A gestão de recursos humanos e a tecnologia estão cada vez mais interligadas, não sendo possível nos dias de hoje falar de realidades independentes. Mais do que nunca, é nos desafios inerentes a uma área que a outra cresce, encontrando respostas para o que é pedido e isso aplica-se desde a seleção de candidatos até à gestão de desempenho, passando também pelos processos formativos.

A tecnologia facilita os processos de recrutamento, seleção e contratação de colaboradores, os quais passaram a ser mais rápidos e menos dispendiosos graças às ferramentas existentes no mercado, cada vez mais concorrencial e com soluções mais afinadas às necessidades dos RH. Existem múltiplos softwares especializados que permitem a automatização de tarefas rotineiras, tais como a triagem de currículos e a marcação de entrevistas. Facilmente se encontram programas que permitem analisar centenas de CV's com recurso à Inteligência Artificial (IA) - a qual trouxe, por si só, grandes desafios em múltiplas áreas da sociedade - numa celeridade praticamente impossível de ser feita de outra forma.

Com estes investimentos é possível economizar tempo e recursos, permitindo que os profissionais se concentrem em tarefas mais estratégicas, como a inovação, melhoria de procedimentos e, no caso do departamento de RH, na construção de uma cultura organizacional forte e na gestão adequada do desenvolvimento dos colaboradores.

De acordo com um estudo sobre a evolução da IA nos negócios publicado no Journal of Business Research por investigadores da ISCTE Business School - Sandra Loureiro e João

Guerreiro - e da Universidade de Surrey - Lis Tussyadiah -, a utilização de IA por grandes empresas globais nos processos de recrutamento permite acelerá-los em 90% e, ao mesmo tempo, tomar as decisões mais adequadas, evitando-se erros que, de outra forma, seriam em maior número. "O recurso a serviços de IA surge com o objetivo de ajudar as chefias na tomada de decisão, ao avaliarem objetivamente as características profissionais e pessoais dos candidatos a um emprego e redirecionando-os para as áreas que mais se adequam ao seu perfil", explica João Guerreiro, um dos autores do estudo e docente no ISCTE.

O estudo deixa bem claro que o rendimento das organizações muito tem a beneficiar com a utilização da IA, registando-se aumentos significativos na produtividade e na melhoria de processos. Numa área que também tem uma elevada carga administrativa, já não é possível imaginar como seria viver de outra forma. São, aliás, crescentes as exigências por força do impacto que decisões desta natureza têm na vida das pessoas e das empresas/organizações.

Do recrutamento à gestão dos contratos, passando por todo o ciclo de vida de uma relação laboral, estes são processos que envolvem múltiplos dados, informação crítica e confidencial e um número infinito de operações, que exigem atenção e minúcia. Estas soluções permitem automatizar grande parte deste trabalho administrativo. Reduzem-se custos e tempo de execução e melhora-se a qualidade. O acesso aos dados e a mobilidade total podem facilmente ser encontrados com a utilização de suportes tecnológicos assentes em plataformas que utilizam a Cloud .

Uma prova de que estamos a viver grandes desafios perante esta realidade, à qual se ajusta com grande dinamismo, é o setor dos Contact Centers . A utilização de chatbots veio para ficar. E existem softwares de atendimento básicos e outros mais complexos em que sistemas de IA (machine learning), através de processamento de linguagem natural (PLN), conseguem assegurar no imediato respostas corretas e ajustadas aos clientes. Serviços de Apoio ao Cliente em plataformas como o WhatsApp ou o Chat encontram a maior parte das respostas às interações em chatbots .

A utilização de chatbots permite serviços 24/7, resposta a múltiplos clientes de forma simultânea, reduzir o tempo de atendimento e o atendimento multilíngue, entre outras, o que acaba por libertar os operadores dos Contacts Centers para a resolução de soluções mais complexas.

Importa, contudo, referir que o recurso a estas soluções exige conhecimentos e só resulta em pleno se for suportado com a melhoria efetiva dos skills dos colaboradores. E, nesse aspeto, a IA pode ajudar mais uma vez. A utilização de plataformas de e-learning facilita a vida dos colaboradores, que passam a ter acesso a formações e materiais de aprendizagem em qualquer momento e lugar, sem necessidade de deslocação, o que

representa naturalmente ganhos pessoais e familiares. São também particularmente úteis para empresas cujas equipas não trabalham localmente, mas sim distribuídas geograficamente, muitas vezes por todo o globo.

A pandemia trouxe um novo paradigma, novas rotinas e diferentes processos de trabalho, que até juridicamente passou a ter outros enquadramentos e obrigou muitas empresas a sair da bolha em que se encontravam. O teletrabalho veio alterar a forma como cada um de nós olha para o trabalho e para o lazer, numa época em que o acesso à tecnologia está mais facilitado que nunca. Reuniões por Zoom ou Teams passaram a fazer parte do dia-a-dia.

Por parte dos colaboradores assistiu-se a uma maior interligação entre o trabalho e a vida pessoal. Para as organizações, passou a ser essencial manter a ligação e a comunicação com os colaboradores. Perante este quadro, há questões que não podem ser descuidadas por parte das empresas. Se, por um lado, a tecnologia adequada ajuda a obter os melhores resultados, por outro, exige-se que seja feita uma gestão cuidada do maior capital que possuem - as pessoas.

Não restam dúvidas que as empresas têm de recorrer e disponibilizar as tecnologias mais avançadas, ainda para mais quando sabemos a importância que certas decisões relacionadas com a gestão de RH têm. A IA pode ser utilizada para tentar prever quais os colaboradores que têm maior probabilidade de deixar a empresa, permitindo que os líderes tomem medidas preventivas para evitar a perda de talentos.

A análise da voz dos colaboradores (VoE Analytics) é outro exemplo de como a IA pode ser bastante útil como prevenção da insatisfação dos colaboradores. Nos muitos surveys que as empresas podem fazer aos colaboradores, a análise cuidada do verbatim permite que se identifiquem pontos de melhoria e atrito por parte das equipas, que, de outra forma, passariam despercebidos. Aplicando os devidos planos, teremos certamente colaboradores que se sentem mais ouvidos, logo, mais integrados e mais satisfeitos na respetiva organização.

São muitas as vantagens. E estas exigem desafios, nunca tantos como agora. O foco também tem de estar nas pessoas. Afinal, não foi a pensar nelas que estes programas foram criados?

A tecnologia jamais pode substituir completamente os profissionais de RH. Facilita, complementa e ajuda a melhorar competências, mas não os anula. A gestão de recursos humanos implica estar atento às pessoas. A forma como se comunica faz toda a diferença e nenhuma "máquina" tem essas competências, por mais afinada que esteja.

Sendo os departamentos de RH motores de desenvolvimento de qualquer empresa que

quer ser bem-sucedida, é determinante acompanhar as tendências, marcar presença nos eventos tecnológicos e olhar para o futuro como uma realidade em aberto, com grandes desafios. Mas, é por falarmos em desafios que temos sempre de olhar para as pessoas - as que fazem mover todos estes interesses -, mensagem esta que tem sido, aliás, reforçada academicamente.

Todos os processos de transformação têm impacto na cultura das organizações. A transformação digital representa um mundo de oportunidades, para além de também potenciar medos e incertezas. Ponto essencial é a adoção de uma comunicação clara e transparente e uma estratégia de reskilling que permita dar a resposta correta às novas funções que todos sabemos ser de grande responsabilidade.

Uma boa estratégia de comunicação, uma cultura organizacional bem definida e liderança são três linhas essenciais para se acompanhar o processo de transformação digital. São as que permitem seguir no caminho que alia a tecnologia aos RH, num equilíbrio necessário e sempre presente.

Não será certamente nas nossas gerações que as máquinas vão conseguir dar resposta a questões de cariz ético - as tais sensibilidades que são trabalhadas a nível académico e que depois acompanham a nossa vida profissional e que exigem que estejamos atentos e que não ultrapassemos determinadas linhas que podem deitar tudo a perder. Contudo, quem de nós consegue hoje em dia viver sem tecnologia?

Diretor de Projetos da RHmais ✿

Gestão de recursos humanos e tecnologia. Qual o caminho a seguir?

A gestão de recursos humanos e tecnologia são áreas fundamentais para o sucesso de qualquer organização. Neste artigo, vamos explorar as principais tendências e desafios do setor e oferecer algumas dicas para quem está pensando em seguir esta carreira.

Uma das principais tendências é a digitalização dos processos de recrutamento e seleção. Isso permite que as empresas encontrem os melhores talentos de forma mais rápida e eficiente. Além disso, a utilização de ferramentas de análise de dados pode ajudar a identificar padrões e tendências no mercado de trabalho.

Outro ponto importante é a importância da formação e desenvolvimento contínuo dos colaboradores. Isso pode ser feito através de cursos, workshops e programas de mentoria. Isso não apenas ajuda a melhorar o desempenho individual, mas também contribui para a inovação e o crescimento da empresa.

Por fim, é essencial considerar a diversidade e a inclusão no ambiente de trabalho. Isso significa criar um ambiente onde todos se sintam valorizados e respeitados, independentemente de sua origem, gênero ou orientação sexual. Isso pode ajudar a atrair e reter talentos de diferentes backgrounds e perspectivas.

Em resumo, a gestão de recursos humanos e tecnologia é uma área em constante evolução. Para quem quer seguir esta carreira, é importante estar sempre atualizado sobre as últimas tendências e desafios do setor. Além disso, é fundamental desenvolver habilidades técnicas e interpessoais que sejam relevantes para o mercado de trabalho atual.

Meus artigos

	Como escolher o melhor curso de gestão de recursos humanos?	Como escolher o melhor curso de tecnologia?	Como escolher o melhor curso de marketing?
	Como escolher o melhor curso de vendas?	Como escolher o melhor curso de administração?	Como escolher o melhor curso de direito?
	Como escolher o melhor curso de engenharia?	Como escolher o melhor curso de arquitetura?	Como escolher o melhor curso de design?
	Como escolher o melhor curso de jornalismo?	Como escolher o melhor curso de comunicação?	Como escolher o melhor curso de idiomas?
	Como escolher o melhor curso de música?	Como escolher o melhor curso de dança?	Como escolher o melhor curso de teatro?
	Como escolher o melhor curso de cinema?	Como escolher o melhor curso de literatura?	Como escolher o melhor curso de história?
	Como escolher o melhor curso de filosofia?	Como escolher o melhor curso de sociologia?	Como escolher o melhor curso de psicologia?
	Como escolher o melhor curso de economia?	Como escolher o melhor curso de estatística?	Como escolher o melhor curso de matemática?
	Como escolher o melhor curso de física?	Como escolher o melhor curso de química?	Como escolher o melhor curso de biologia?
	Como escolher o melhor curso de geografia?	Como escolher o melhor curso de ciências da terra?	Como escolher o melhor curso de ciências ambientais?

Entre em contato conosco

Nome	Telefone	E-mail	Assunto
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Enviar

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

SIC NOTÍCIAS 

Mon, 22 May 2023

Há cada vez mais trabalhadores com ensino superior em call centers - e têm salários baixos

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 18,695	IMPRESSIONS	59,442
MUV	2,377,680				
TAGS	APCC Contact Centers				

HÁ CADA VEZ MAIS TRABALHADORES COM ENSINO SUPERIOR EM CALL CENTERS - E TÊM SALÁRIOS BAIXOS

EM SENTIDO CONTRÁRIO, OS TRABALHADORES COM ENSINO SECUNDÁRIO COMPLETO REGISTRARAM UMA REDUÇÃO, DE 59% EM 2021 PARA 50% EM 2022, DE ACORDO COM O ESTUDO DE CARACTERIZAÇÃO E 'BENCHMARKING' DA ATIVIDADE DE 'CONTACT CENTERS' EM PORTUGAL 2023, DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CONTACT CENTERS (APCC).

O ESTUDO BASEIA-SE NA RESPOSTA OBTIDA DE 1.182 LINHAS DE ATENDIMENTO, ENVOLVENDO 52.102 TRABALHADORES, UMA AMOSTRA QUE CORRESPONDE A 50,1% DO UNIVERSO DO SETOR, QUE CONTA COM 104 MIL TRABALHADORES.

RESPONDERAM SOBRETUDO EMPRESAS DE 'OUTSOURCING' (30%) E DE SETORES DE ATIVIDADE COM DESTAQUE PARA BANCOS E OUTRAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS (16%), 'UTILITIES' (12%), SEGURADORAS (10%), COMÉRCIO (8%), SAÚDE (8%) E TELECOMUNICAÇÕES (7%).

APESAR DO AUMENTO DA PERCENTAGEM DE TRABALHADORES MAIS QUALIFICADOS, A REMUNERAÇÃO MÉDIA BRUTA DOS OPERADORES CAIU 0,78% EM TERMOS HOMÓLOGOS, PARA 890 EUROS EM 2022.

POR SUA VEZ, O ORDENADO BRUTO MÉDIO DOS SUPERVISORES AUMENTOU 1,6% EM 2022 FACE AO ANO ANTERIOR, PARA 1.101 EUROS.

DE ACORDO COM O ESTUDO, A TAXA MÉDIA DE ROTATIVIDADE DOS OPERADORES, APÓS TER REGISTADO UMA REDUÇÃO DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19, MAIS DO QUE DUPLICOU EM 2022 FACE A 2021, PARA 48,2%. A TAXA DE ROTATIVIDADE DOS SUPERVISORES É MENOS DE METADE DA DOS ASSISTENTES, MAS TAMBÉM AUMENTOU, PARA 21% EM 2022 (FACE A 8% EM 2021).

"CONTRARIANDO FRONTALMENTE A NARRATIVA DE SETOR DE PRECÁRIOS, OS RESULTADOS DE 2022 REVELAM UMA ESTABILIZAÇÃO NO TIPO DE CONTRATOS", REALÇA O ESTUDO, INDICANDO QUE MAIS DE METADE (55%) DOS TRABALHADORES TINHAM CONTRATO SEM TERMO.

A IDADE MÉDIA DE OPERADORES E SUPERVISORES AUMENTOU NAS EMPRESAS QUE RESPONDERAM AO QUESTIONÁRIO, MANTENDO-SE O GRUPO DOS 25 AOS 40 ANOS COMO O MAIS REPRESENTATIVO, ENTRE OS 50% E OS 60%, PARA AMBAS AS FUNÇÕES.

*

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

PONTOS DE VISTA 

Mon, 22 May 2023

APCC distingue os melhores Contact Centers nacionais

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) elegeu, no dia 17 de maio, os melhores Contact Centers em Portugal, na cerimónia de entrega dos APCC Best Awards 2023, no decurso de um jantar, que decorreu no Hotel Palácio do Estoril. Este jantar encerrou a 20ª Conferência Internacional da APCC, este ano dedicada ao tema "Contact Centers Industry: On The Road To Excellence".

Data:

Com uma periodicidade anual, estes troféus visam distinguir as organizações que mais se destacaram pela implementação e adoção de Boas Práticas Organizacionais na atividade de Contact Centers em Portugal, quer ao nível da gestão estratégica, operacional e tecnológica, quer ao nível do capital humano, contribuindo para o reconhecimento e valorização do setor.

Os APCC Best Awards, atribuídos aos Contact Centers e seus Outsourcers certificados com o Selo da Qualidade APCC, estão divididos por Setor, categoria e dimensão. Além dos troféus para Contact Centers, são atribuídos também os Best Awards de Tecnologia, pelas votações dos Associados da APCC e de Empresas certificadas com o Selo de Qualidade.

Os prémios GOLD foram atribuídos: CTT com a NEWSRING SERVICES (Distribuição e Logística); MULTICARE com a NEWSRING SERVICES (Saúde); JOGOS SANTA CASA com a EGOR/MEO (Comércio e Serviços); Continente On-Line com a MANPOWER TBO (Serviços On-line); MEO 16200 com a INTELICIA (Telecomunicações); MILLENNIUM BCP com a REDITUS

(Banca); AXA PARTNERS (Seguros e Assistência); GOLDENERGY CUSTOMER CARE (Energia); VISOR.AI (Tecnologia); VODAFONE TELEMARKETING com a ARMATIS (Outbound Telecomunicações); EDP COMERCIAL com a MANPOWER TBO (Outbound); AXA PARTNERS (Gestão Própria); JOGOS SANTA CASA com a EGOR/MEO (Melhor Contact Center < 100 Agentes); AXA PARTNERS (Melhor Contact Center > 100 Agentes).

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

ALENTEJO ATUAL 

Sat, 20 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers' | O Atual

FREQUENCY	N/A	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 116	IMPRESSIONS	370
MUV	14,800				
TAGS	APCC Contact Centers				

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e 'benchmarking' da atividade de 'contact centers' em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de 'outsourcing' (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), 'utilities' (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

"Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

“Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos”, realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

“A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%”, pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos ‘contact centers’ destacam-se o serviço ao cliente (82%), o ‘back office’ (66%), a gestão de reclamações (51%), o ‘telemarketing’/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o ‘cross selling’ e ‘up selling’(36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do ‘contact center’, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

“Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021”, refere o documento.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

HR PORTUGAL 

Fri, 19 May 2023

Já são conhecidos os melhores Contact Centers em Portugal

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 1,471	IMPRESSIONS	4,678
MUV	187,120				
TAGS	APCC Contact Centers				

A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) elegeu os melhores Contact Centers em Portugal, na cerimónia de entrega dos APCC Best Awards 2023, no decurso de um jantar, que decorreu no Hotel Palácio do Estoril. Este jantar encerrou a 20ª Conferência Internacional da APCC, este ano dedicada ao tema "Contact Centers Industry: On The Road To Excellence".

Os APCC Best Awards, atribuídos aos Contact Centers e seus Outsourcers certificados com o Selo da Qualidade APCC, estão divididos por sector, categoria e dimensão. Além dos troféus para Contact Centers, são atribuídos também os Best Awards de Tecnologia, pelas votações dos Associados da APCC e de Empresas certificadas com o Selo de Qualidade.

Os prémios GOLD foram atribuídos a CTT com a Newspring services (Distribuição e Logística); Multicare com a Newspring services (Saúde); Jogos Santa Casa com a Egor (Comércio e Serviços); Continente On-Line com a Manpower TBO (Serviços On-line); MEO 16200 com a Intelcia (Telecomunicações); Millennium BCP com a Reditus (Banca); AXA Partners (Seguros e Assistência); Goldenergy Costumers Care (Energia); Visor.ai (Tecnologia); Vodafone Telemarketing com a Armatiss (Outbound Telecomunicações); EDP Comercial com a Manpower TBO (Outbound); AXA Partners (Gestão Própria); Jogos Santa Casa com a Egor (Melhor Contact Center < 100 Agentes); Axa Partners (Melhor Contact Center > 100 Agentes).

Com uma periodicidade anual, estes troféus visam distinguir as organizações que mais se destacaram pela implementação e adopção de boas práticas organizacionais na actividade de Contact Centers em Portugal, quer ao nível da gestão estratégica, operacional e

tecnológica, quer ao nível do capital humano, contribuindo para o reconhecimento e valorização do sector. ✿

SAPO MAIL JORNAL CARREIROS CASAS EMPREGO BLOCOS PROMOS PREMIOS SAPO 2023 TIPOO

Human Resources

BARÓMETRO ENTREVISTAS REPORTAGENS PODCASTS

Notícias Opinião Revista Cadernos Especiais Eventos Conselho Editorial Prémios HR 2023

HR Talks People Talks Adm@vel Mundo Novo RE(talks) Conversas sobre Employer Brand People First



Já são conhecidos os melhores Contact Centers em Portugal

Por Margarida Lopes · 18 Mai 2023, 19 Mai 2023

A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) elegeu os melhores Contact Centers em Portugal, na cerimónia de entrega dos APCC Best Awards 2023, no decurso de um jantar, que decorreu no Hotel Palácio do Estoril. Este jantar encerrou a 20ª Conferência Internacional da APCC, este ano dedicada ao tema "Contact Centers Industry: On The Road To Excellence".

Os APCC Best Awards, atribuídos aos Contact Centers e seus Outsourcers certificados com o Selo da Qualidade APCC, estão divididos por sector, categoria e dimensão. Além dos troféus para Contact Centers, são atribuídos também os Best Awards de Tecnologia, pelas votações dos Associados da APCC e de Empresas certificadas com o Selo de Qualidade.

Os prémios GOLD foram atribuídos a CTT com a Newspring services (Distribuição e Logística); Multicare com a Newspring services (Saúde); Jogos Santa Casa com a Egnr (Comércio e Serviços); Continente On-Line com a Manpower TBO (Serviços On-line); MED 16200 com a Intelcia (Telecomunicações); Millennium BCP com a Reditus (Banca); AXA Partners (Seguros e Assistência); Goldenergy Costumers Care (Energia); Visoral (Tecnologia); Vodafone Telemarketing com a Armatiss (Outbound Telecomunicações); EDP Comercial com a Manpower TBO (Outbound); AXA Partners (Gestão Própria); Jogos Santa Casa com a Egor (Melhor Contact Center < 100 Agentes); AXA Partners (Melhor Contact Center > 100 Agentes).

Com uma periodicidade anual, estes troféus visam distinguir as organizações que mais se destacaram pela implementação e adopção de boas práticas organizacionais na actividade de Contact Centers em Portugal, quer ao nível da gestão estratégica, operacional e tecnológica, quer ao nível do capital humano, contribuindo para o reconhecimento e valorização do sector.

Quem sabe as surpresas que o futuro reserva às empresas



O Futuro da Compensação é Flexível
by PCC & Coe

Edição Junho 2023

SUSCRIVA-SE

Uma solução para a empresa, todo o apoio para as pessoas. Nós ajudamos!

Emocional Público Físico

www.worplaceoptions.com


Para si



Neuartige Kompressionssocken erobern Deutschland im Sturm
Compreo André Simoes



Solarpflicht in Hessen? Staat bietet 2023 ungläublichen 'Anreiz'
PV Anظمة



Unglaubliche Solaranlagen Baugarantie: Deutsches Startup!
Solarlos GmbH - Wixalite




Elektroautos laden im Mehrfamilienhaus - so geht's mit Elway
Elway



Eine Jogginghose, die Keine ist.
Papa-Blog



Frankfurt Am Main: Das beste Hörgerät für glaslares Verstehen - Ideal für Menschen ab 50!
audiBene Hörgeräte



Estes são os quatro siglos mais trabalhadores. Será o seu um deles?



António Costa anuncia nova prestação extraordinária de 240 euros. Vai ser paga já dia 23. Saiba se tem direito



Os siglos mais egoíctricos são estes. Concorda?



Os portugueses estão a aproveitar-se do engano para ganhar mais dinheiro



9 em cada 10 portugueses que participaram neste programa ficaram milionários



Pedro Pinto ficou rico num mês graças a este programa

Human Resources

E-mail marketing por



Sobre

- Assinaturas
- Contactos
- Estádios Editoriais
- Fóto Térmica
- Política de Privacidade
- Sobre-nos e Newsletter
- Térmos e Condições

Grupo Multipublicações

- Autonómia
- Executiva Digital
- Formar Young
- Kids Marketing
- Marketing
- Rico
- Viagens & Reporta

© 2023 - Human Resources. Todos os direitos reservados. Produzido por NeuroDio Criativo

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DISTRIBUIÇÃO HOJE 

Fri, 19 May 2023

Lisboa e Porto totalizam quase 3/4 dos colaboradores de contact centers

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 180	IMPRESSIONS	574
MUV	22,960				
TAGS	APCC Contact Centers				

A distribuição dos recursos humanos da indústria de contact centers continua a concentrar-se principalmente em Lisboa (59,2%), no Porto (15,4%), em Braga (6,1%), em Castelo Branco (3,9%) e em Setúbal (3,6%). As conclusões são do “Estudo de Caracterização e Benchmarking” elaborado pela Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC), em parceria com a Happy Work, que analisa a evolução dos principais indicadores deste setor.

Apesar de Lisboa e Porto totalizarem quase 3/4 dos colaboradores dos contact centers, o seu peso relativo diminuiu de 79,6% (2021) para 74,6%, conforme indica a APCC em comunicado. “As regiões que mais beneficiaram com esta redução foram Setúbal (de 1,4% para 3,6%), Castelo Branco (de 3% para 3,9%), Viseu (de 0,5% para 1,2%), Madeira (de 1,7% para 2,3%) e Braga (de 5,6% para 6,1%).”

O estudo, que já vai na sua 18ª edição, faz a análise dos dados de 2022 e conta com a participação de 1.182 linhas de atendimento que empregam cerca de 59,159 colaboradores, de um universo de 104 mil trabalhadores.

Segundo a análise, “70% das empresas opta pelo outsourcing, sendo que as competências específicas do outsourcer continuam a ser o principal motivo apontado para o recurso a este modelo”. Relativamente à performance dos contact centers, “os tempos médios de resposta melhoraram consideravelmente”. As chamadas inbound “representam pouco mais de 2/3 do total de chamadas, valor que tem vindo a diminuir, com o crescimento do outbound”, pode ler-se.

Predominam os contratos sem termo, mas também a maior qualificação dos colaboradores

Na esfera dos recursos humanos, os resultados de 2022 revelam que os contratos sem termo continuam a dominar (55%), enquanto o trabalho temporário representa apenas 5,6% dos contratos e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%. Verificou-se, no entanto, uma subida da taxa média da rotatividade dos colaboradores, conduzindo à estagnação dos ordenados.

Outro dado relevante diz respeito ao grau académico, “com a subida da percentagem de colaboradores com Ensino Superior ou frequência (45%)”. Relativamente à distribuição por género, “o feminino continua a predominar tanto nos operadores (63%), como em supervisores (56%)”, refere a APCC em comunicado.

Quanto ao regime de trabalho, a tendência prevalece com o regime híbrido no topo com 38%. De referir ainda a diminuição muito significativa dos colaboradores que trabalham num regime 100% remoto (de 62% em 2021 para 30% em 2022) e o aumento no regime 100% presencial (de 12% em 2021 para 32% em 2022).

Maioria investe em Robot Process Automation e IA

O estudo mostra também que os contact centers têm evoluído consideravelmente ao nível tecnológico. De acordo com a APCC, “a maior parte dos Contact Centers têm Dialer para Outbound (74%), IVR (72%), Solução de Gravação de Voz e Dados (66%), Solução de Envio Automático de SMS (62%), Ferramentas de Self-care (58%) e CRM (51%). As tecnologias que apresentam um crescimento sustentado são as de Self-care e Marketing Automation”.

No que se refere à adoção de novos canais, os Chatbots e o WhatsApp são os que registaram um maior aumento em relação ao ano passado. Melhorar a experiência do Cliente continua a ser a principal razão para a implementação de canais de atendimento.

Também os Bots, e apesar da sua utilização ter estabilizado, são cada vez mais eficazes a resolver as solicitações dos clientes.

A dificuldade na integração de sistemas e a segurança de informação são os fatores apontados como os maiores desafios na implementação destas soluções, contrariamente ao que se verificava nos anos anteriores em que os custos de implementação eram o primeiro motivo de preocupação.

Das empresas inquiridas, a maioria (55%) já investe em RPA (Robotic Process Automation) e

43% em Inteligência artificial. Também a esmagadora maioria das empresas investe e continuará a investir em soluções Omnichannel (70%).

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

HUMAN 

Fri, 19 May 2023

APCC distingue os melhores contact centers nacionais

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) elegeu esta semana os melhores contact centers em Portugal, na cerimónia de entrega dos APCC Best Awards 2023, no decurso de um jantar, que decorreu no Hotel Palácio do Estoril. Este jantar encerrou a XX Conferência Internacional da APCC, este ano dedicada ao tema «Contact Centers Industry: On The Road To Excellence».

Com uma periodicidade anual, estes troféus visam distinguir as organizações que mais se destacaram pela implementação e pela adoção de boas práticas organizacionais na atividade de contact centers em Portugal, quer ao nível da gestão estratégica, operacional e tecnológica, quer ao nível do capital humano, contribuindo para o reconhecimento e a valorização do sector.

Os APCC Best Awards, atribuídos aos contact centers e seus outsourcers certificados com o Selo da Qualidade APCC, estão divididos por sector, categoria e dimensão. Além dos troféus para contact centers, são atribuídos também os Best Awards de Tecnologia, pelas votações dos associados da APCC e de empresas certificadas com o Selo de Qualidade.

Os prémios GOLD foram atribuídos a: CTT com a NEWSRING SERVICES (Distribuição e Logística); MULTICARE com a NEWSRING SERVICES (Saúde); JOGOS SANTA CASA com a EGOR/MEO (Comércio e Serviços); Continente On-Line com a MANPOWER TBO (Serviços On-line); MEO 16200 com a INTELICIA (Telecomunicações); MILLENNIUM BCP com a REDITUS (Banca); AXA PARTNERS (Seguros e Assistência); GOLDENERGY CUSTOMER CARE (Energia); VISOR.AI (Tecnologia); VODAFONE TELEMARKETING com a ARMATIS (Outbound

Telecomunicações); EDP COMERCIAL com a MANPOWER TBO (Outbound); AXA PARTNERS (Gestão Própria); JOGOS SANTA CASA com a EGOR/MEO (Melhor Contact Center < 100 Agentes); AXA PARTNERS (Melhor Contact Center > 100 Agentes).

A APCC é uma associação empresarial constituída por 110 empresas, representando 12 sectores da economia, com a missão de desenvolver sustentadamente o mercado de contact centers em Portugal. ✿

human
ASSINAR REVISTA NEWSLETTER CONTACTOS [Seguir](#) 9,673

NOTÍCIAS ARTIGOS ENTREVISTAS VÍDEOS EVENTOS FORMAÇÃO LIFESTYLE REVISTA HUMAN

Novo Edenred Flexível

APCC distingue os melhores contact centers nacionais



19 MAIO, 2023

A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) elegeu esta semana os melhores *contact centers* em Portugal, na cerimónia de entrega dos APCC Best Awards 2023, no decurso de um jantar, que decorreu no Hotel Palácio do Estoril. Este jantar encerrou a XX Conferência Internacional da APCC, este ano dedicada ao tema «Contact Centers Industry: On The Road To Excellence».

Com uma periodicidade anual, estes troféus visam distinguir as organizações que mais se destacaram pela implementação e pela adoção de boas práticas organizacionais na atividade de *contact centers* em Portugal, quer ao nível da gestão estratégica, operacional e tecnológica, quer ao nível do capital humano, contribuindo para o reconhecimento e a valorização do sector.

Os APCC Best Awards, atribuídos aos *contact centers* e seus *outsourcers* certificados com o Selo de Qualidade APCC, estão divididos por sector, categoria e dimensão. Além dos troféus para *contact centers*, são atribuídos também os Best Awards de Tecnologia, pelas votações dos associados da APCC e de empresas certificadas com o Selo de Qualidade.

Os prémios GOLD foram atribuídos a: CTT com a NEWSPRING SERVICES (Distribuição e Logística); MULTICARE com a NEWSPRING SERVICES (Saúde); JOGOS SANTA CASA com a EGOR/MEO (Comércio e Serviços); Continente On-Line com a MANPOWER TBO (Serviços On-line); MEO 16200 com a INTELICIA (Telecomunicações); MILLENNIUM BCP com a REDITUS (Banca); AXA PARTNERS (Seguros e Assistência); GOLDENERGY CUSTOMER CARE (Energia); VISOR.AI (Tecnologia); VODAFONE TELEMARKEETING com a ARMATIS (Outbound Telecomunicações); EDP COMERCIAL com a MANPOWER TBO (Outbound); AXA PARTNERS (Gestão Própria); JOGOS SANTA CASA com a EGOR/MEO (Melhor Contact Center < 100 Agentes); AXA PARTNERS (Melhor Contact Center > 100 Agentes).

Categorias	Best Award	Linhas	Premiados	Outsourcers
BANCA	GOLD	MILLENNIUM BCP	REDITUS	
	SILVER	SANTANDER - SUPERLINHA	TELEPERFORMANCE	
	BRONZE	UNIVERSO	TELEPERFORMANCE	
ENERGIA	GOLD	GOLDENERGY CUSTOMER CARE		
	SILVER	GALP GÁS NATURAL CUR	MANPOWER TBO	
	BRONZE	EDP FUNCIONA	MANPOWER TBO	
SAÚDE	GOLD	MULTICARE	NEWSPRING SERVICES	
	SILVER	MEDIS	MANPOWER TBO	
	BRONZE	ADVANCECARE		
SEGUROS E ASSISTÊNCIA	GOLD	AXA PARTNERS		
	SILVER	FIDELIDADE	NEWSPRING SERVICES	
	BRONZE	GENERALI		
TELECOMUNICAÇÕES	GOLD	MEO 16200	INTELICIA	
	SILVER	NOS FIDELIZAÇÃO	MANPOWER TBO	
	BRONZE	NOS 16990	MANPOWER TBO/RANDSTAD/RHMAIS	
OUTBOUND	GOLD	EDP COMERCIAL	MANPOWER TBO	
	SILVER	GENERALI COMERCIAL		
	BRONZE	GOLDENERGY COMERCIAL		
OUTBOUND TELECOMUNICAÇÕES	GOLD	VODAFONE TELEMARKEETING	ARMATIS	
	SILVER	MEO OUTBOUND	INTELICIA	
	BRONZE	ALTICE RETENÇÃO	INTELICIA	
COMÉRCIO E SERVIÇOS	GOLD	JOGOS SANTA CASA	EGOR/MEO	
	SILVER	WORTEN	MANPOWER TBO	
	BRONZE	FNAC	MANPOWER TBO	
SERVIÇOS ON-LINE	GOLD	CONTINENTE ON-LINE	MANPOWER TBO	
	SILVER	MONTEPIO CRÉDITO	RANDSTAD	
	BRONZE	VERTBAUDET	WEBHELP	
DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA	GOLD	CTT	NEWSPRING SERVICES	
	SILVER	CTI EMPRESAS	NEWSPRING SERVICES	
	BRONZE	DHL EXPRESS PORTUGAL		
TECNOLOGIA	GOLD	VISOR.AI		
	SILVER	GOCONTACT		
	BRONZE	GENESYS		
GESTÃO PRÓPRIA	GOLD	AXA PARTNERS		
	SILVER	JOGOS SANTA CASA		
	BRONZE	GOLDENERGY CUSTOMER CARE		
MELHOR CONTACT CENTER COM < 100 AGENTES	GOLD	JOGOS SANTA CASA	EGOR/MEO	
	SILVER	GOLDENERGY CUSTOMER CARE		
	BRONZE	EDP FUNCIONA	MANPOWER TBO	
MELHOR CONTACT CENTER COM > 100 AGENTES	GOLD	AXA PARTNERS		
	SILVER	GALP GÁS NATURAL CUR	MANPOWER TBO	
	BRONZE	WORTEN	MANPOWER TBO	

APCC é uma associação empresarial constituída por 110 empresas, representando 12 sectores da economia, com a missão de desenvolver sustentadamente o mercado de *contact centers* em Portugal.



Shaping the Future of Staffing

Formação de Seteibet

Mestrados e Pós-graduações

Candidaturas abertas

Anteça-se ao futuro com as nossas soluções de gestão Salarial e Talento

REVISTA HUMAN

Número 142, março-abril de 2023



PRÓXIMOS EVENTOS

De momento não existem próximos eventos.

MAIS RECENTES

19 MAIO, 2023

Multitempo by Jobandtalent desmistifica deficiência no mercado de trabalho

19 MAIO, 2023

APCC distingue os melhores contact centers nacionais

19 MAIO, 2023

Oferta Clan no Dia Internacional dos Recursos Humanos

Publicamos cookies neste site para analisar o tráfego, memorizar as suas preferências, otimizar a sua experiência e apresentar publicidade.

Preferências de privacidade
Concordo

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

HR PORTUGAL 

Thu, 18 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos contact centers mas remuneração média bruta diminui

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 1,471	IMPRESSIONS	4,678
MUV	187,120				
TAGS	APCC Contact Centers				

A percentagem de trabalhadores em contact centers com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo o estudo de caracterização e benchmarking da actividade de contact centers em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC), em parceria com a Happy Work.

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022.

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1182 linhas de atendimento, envolvendo 52 102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do sector, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de outsourcing (30%) e de sectores de actividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), utilities (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

«Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da

necessidade de aumentar a retenção de pessoas», pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia COVID-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

«Contrariando frontalmente a narrativa de sector de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos», realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

«A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%», pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os sectores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos contact centers destacam-se o serviço ao cliente (82%), o back office (66%), a gestão de reclamações (51%), o telemarketing/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o cross selling e up selling (36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do contact center, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

«Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021», refere o documento.

O estudo indica que a distribuição dos Recursos Humanos da Indústria de Contact Centers, por Distrito e Região Autónoma, continua a concentrar-se principalmente em Lisboa (59,2%), no Porto (15,4%), em Braga (6,1%), em Castelo Branco (3,9%) e em Setúbal (3,6%).

Apesar de Lisboa e Porto totalizarem quase 3/4 dos colaboradores do sector, o seu peso relativo diminuiu de 79,6% (2021) para 74,6%. As regiões que mais beneficiaram com esta redução foram Setúbal (de 1,4% para 3,6%), Castelo Branco (de 3% para 3,9%), Viseu (de 0,5% para 1,2%), Madeira (de 1,7% para 2,3%) e Braga (de 5,6% para 6,1). *

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DISTRIBUIÇÃO HOJE 

Thu, 18 May 2023

Saiba quais são os melhores contact centers nacionais de acordo com a APCC - Distribuição Hoje

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 180	IMPRESSIONS	574
MUV	22,960				
TAGS	APCC Contact Centers				

A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) elegeu, ontem à noite, os melhores contact centers em Portugal, na cerimónia de entrega dos APCC Best Awards 2023.

A 20ª Conferência Internacional da APCC foi dedicada ao tema "Contact Centers Industry: On The Road To Excellence" e terminou com um jantar onde foram entregues os prémios, no Hotel Palácio do Estoril.

Com uma periodicidade anual, estes troféus "visam distinguir as organizações que mais se destacaram pela implementação e adoção de Boas Práticas Organizacionais na atividade de contact centers em Portugal, quer ao nível da gestão estratégica, operacional e tecnológica, quer ao nível do capital humano, contribuindo para o reconhecimento e valorização do setor", informa a APCC em comunicado.

Assim, os APCC Best Awards, atribuídos aos contact centers e seus outsourcers certificados com o Selo da Qualidade APCC, estão divididos por setor, categoria e dimensão. Além dos troféus para Contact Centers, são atribuídos também os Best Awards de Tecnologia, pelas votações dos Associados da APCC e de Empresas certificadas com o Selo de Qualidade.

Conheça os vencedores:

Os prémios GOLD foram atribuídos: CTT com a NEWSRING SERVICES (Distribuição e

Logística); MULTICARE com a NEWSRING SERVICES (Saúde); JOGOS SANTA CASA com a EGOR (Comércio e Serviços); Continente On-Line com a MANPOWER TBO (Serviços On-line); MEO 16200 com a INTELICIA (Telecomunicações); MILLENNIUM BCP com a REDITUS (Banca); AXA PARTNERS (Seguros e Assistência); GOLDENERGY CUSTOMER CARE (Energia); VISOR.AI (Tecnologia); VODAFONE TELEMARKETING com a ARMATIS (Outbound Telecomunicações); EDP COMERCIAL com a MANPOWER TBO (Outbound); AXA PARTNERS (Gestão Própria); JOGOS SANTA CASA com a EGOR (Melhor Contact Center < 100 Agentes); AXA PARTNERS (Melhor Contact Center > 100 Agentes).

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

GAZETA RURAL 

Wed, 17 May 2023

Vantagens de contratar energias renováveis com a Goldenergy

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

Quais serão as vantagens de contratar a Goldenergy na sua casa ou empresa?

Esta empresa dedicada à comercialização de eletricidade 100% verde tem ganhado cada vez mais espaço e, atualmente, fornece eletricidade para mais de 500 mil lares portugueses.

Mas será a origem da eletricidade a única vantagem de contratar a Goldenergy? Sem dúvidas, há muitos mais benefícios.

Tampouco será apenas porque a Goldenergy foi uma das poucas comercializadoras a não aumentar o preço do seu kWh desde 2022.

Explicamos todos os motivos pelos quais é vantajoso contratar as energias renováveis da Goldenergy .

Eletricidade 100% verde da Goldenergy

A primeira vantagem de contratar a Goldenergy é, sem dúvida, contar com o fornecimento de energias renováveis para a sua casa.

A Goldenergy coloca à disposição dos clientes uma oferta de eletricidade com origem 100% renovável. Isto é, energia eólica, energia hidroelétrica, energia solar e muito mais.

Nesse sentido, os clientes que se preocupam com a sustentabilidade contribuem para um

mundo mais verde e limpo apenas com a escolha da eletricidade para a sua casa ou empresa.

Isto é, sem dúvida, uma grande mais-valia para um quotidiano mais sustentável. É claro que é sempre possível adicionar novos hábitos mais sustentáveis e amigos do ambiente.

Por isso mesmo, os portugueses que decidem investir no autoconsumo procuram cada vez mais os painéis solares da Goldenergy.

Painéis solares Goldenergy

Lançados ainda em 2021, os painéis solares da Goldenergy são uma das grandes vantagens de contratar esta comercializadora.

Isto porque os painéis solares podem representar poupanças energéticas na ordem dos 40% e duram mais de 20 anos, quando recebem as devidas manutenções periódicas.

Além disso, os clientes da Goldenergy que adquirem painéis solares têm a certeza de que vão consumir apenas eletricidade 100% verde todas as vezes que precisarem da complementação energética da rede elétrica.

Apresentamos outras vantagens dos painéis solares Goldenergy :

Com tantas vantagens, aderir aos painéis solares da Goldenergy torna-se uma escolha tão fácil como positiva.

E para quem procura mais motivos para contratar os serviços desta comercializadora, explicamos como o atendimento ao cliente da Goldenergy facilita a vida dos consumidores.

Atendimento ao cliente da Goldenergy

Ao contratarem as energias renováveis da Goldenergy os clientes beneficiam-se de uma grande vantagem: a qualidade do atendimento ao cliente desta comercializadora.

De facto, este setor da empresa já foi premiado várias vezes. Destacamos que em 2022 a Goldenergy conquistou os Troféus Call Center nas categorias Atendimento nas Redes Sociais e Atendimento em Língua Estrangeira.

No mesmo ano, a colaboradora Inês Monteiro foi eleita pelo prémio da APCC – Associação Portuguesa de Contact Centers a “Melhor Agente de Call Center”. Já contact center da

Goldenergy ficou em 3º lugar entre os de gestão própria das empresas portuguesas.

O atendimento ao cliente da Goldenergy é tão qualificado que a interação entre colaborador e cliente se tornou pauta de uma das suas mais divertidas campanhas de sempre.

A campanha “ Como é que diz Goldenergy ”, disponível no canal do YouTube da comercializadora, ilustra como nenhuma outra a boa disposição da equipa de atendimento ao cliente da Goldenergy. Vale a pena ver e rir!

E se quer descobrir o que dizem os consumidores sobre o seu atendimento ao cliente, partilhamos algumas opiniões sobre a Goldenergy a seguir:

Agora que já conhece algumas opiniões sobre a Goldenergy e descobriu as principais vantagens de contratar esta comercializadora, não espere mais.

Adira ainda hoje às boas energias da Goldenergy. Ligue para o 808 205 005 ou deixe o seu contacto em goldenergy.pt e a Goldenergy liga-lhe .

Porque o futuro se constrói com as escolhas de hoje! ✨

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DISTRIBUIÇÃO HOJE 

Wed, 17 May 2023

SIMPLIFICAR PROCESSOS E ATENDER ÀS EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR

FREQUENCY	Monthly	MEDIA TYPE	Magazine	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 9,199	IMPRESSIONS	8,000
CIRCULATION	4000	DISTRIBUTION	N/A	SECTION	General
PAGES	70, 71, 72, 73	SIZE	3.5 pages		
TAGS	Contact Centers				

TEXTO: JOANA VIEIRA// ILUSTRAÇÕES: ISTOCK

Os hábitos de consumo estão a mudar e torna-se urgente antecipar necessidades no sentido de uma maior eficácia e rapidez. Disponibilizar mais opções, no caminho da resolução, e exigir menos esforço ao cliente são atributos cada vez mais valorizados e que dão frutos na relação de proximidade que as empresas estabelecem com o consumidor.

As preocupações do setor do retalho com a otimização da experiência cliente têm vindo a ser discutidas e, à medida que o perfil do cliente vai evoluindo, os níveis de satisfação começam a ganhar mais peso em todos os canais das marcas, seja na loja física ou no online.

São diversos os estudos levados a cabo na área do consumidor e os números são reveladores das suas exigências. “73% dos consumidores mundiais esperam que as empresas percebam as suas necessidades e as suas expectativas”. Os dados são da investigação “Fifth Edition State of the Connected Customer”, promovida pela Salesforce, e indicam também que 62% desejam que as suas necessidades sejam antecipadas e 56% que

as ofertas sejam sempre personalizadas. Já o último inquérito Voice of the Consumer da Euromonitor revela que 47% dos consumidores digitais desejam uma melhor personalização em troca da partilha das suas preferências pessoais. A ausência de interações personalizadas gera frustração, conforme indicaram 76% dos consumidores num relatório da McKinsey. As marcas, por outro lado, mostram-se confiantes e 85% acreditam que estão a oferecer experiências a este nível.

A perceção dos consumidores é diferente e apenas 60% concorda com essa afirmação. A exigência é evidente, as cartas estão lançadas e o mercado retalhista começa a acompanhar as regras do jogo.

AGILIZAR PROCESSOS COM UMA RESPOSTA ÚNICA E EFICAZ

O cliente quer processos simples e rápidos, em busca do que é mais conveniente. Numa conversa sobre as alterações dos hábitos de consumo e do cliente levada a cabo no Global Contact Center Congress, a e-commerce customer Service manager do El Corte Inglés, Ana Feitor, refere que a agilidade e a eficácia da resposta passam pela uniformização das plataformas, com uma visão 360° do cliente. “O objetivo é que a resposta seja mais ágil logo num primeiro contacto, com a maior informação possível e esse trabalho tem sido feito. Temos uma visão 360° e esta não acontece só no contact center. Se o cliente estiver em loja e pretende saber alguma informação de um pedido Online, terá um colaborador que lhe possa facultar esses dados”. Com a mesma perspetiva de uniformização da informação, a Rádio Popular desenvolveu internamente um programa que permite ler automaticamente todas as plataformas associados às lojas, num único local. “Conseguimos ver os dados do cliente, as suas compras e as entregas, tudo num só momento. O objetivo passa por perdermos menos tempo e o cliente estar o mínimo tempo possível à espera, tendo uma resposta imediata”, explica Assunção Silva, da Direção Executiva de Processos | Linha de Apoio da Rádio Popular. Paralelamente, foi implementado um programa de tratamento de reclamações - por gestores e informáticos da retalhista -, que permite ter conhecimento de todas as plataformas onde foram feitas as reclamações. “Hoje, o cliente está em todo o lado e em simultâneo, seja no Facebook, no Portal da Queixa ou no Livro de Reclamações Eletrónico e, por isso, sentimos a necessidade de compilar toda a informação num único programa, dando-lhe apenas uma única resposta. Assim, aquele cliente fica com um histórico. Sabemos onde, quando e aquilo que está a reclamar”.

A criação deste programa foi feita em conjunto com todas as equipas e na sua génese foram tidas em conta as suas principais dificuldades, com vista à resolução. "Temos ligações através da Application Programming Interface (API) diretamente à Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE), ao Portal da Queixa, à DECO PROTESTE e aos tribunais arbitrais. Negociámos com eles que mostraram abertura - e conseguimos fazer ligações informáticas", refere Assunção Silva.

Agilizar este processo tornou-se urgente, tendo em conta o volume de reclamações que a empresa recebe. "Estamos a falar de 400 reclamações por mês e temos de ter uma capacidade de resolução rápida. O cliente não quer esperar", revela, reforçando o papel dos colaboradores das lojas na satisfação do cliente. "O call center tem 12 operadores porque a loja tem de fazer bem. Se a loja fizer o seu trabalho corretamente, do início ao fim, não vou precisar destes colaboradores porque o cliente vai estar satisfeito quando sair da loja". A máxima da excelência no atendimento está sempre presente cada vez que se fala em consumidor. A profissional considera que é o cliente que faz o futuro das marcas e, para que este regresse, tem de ser conquistado.

A força motriz de qualquer retalhista passa também pela logística e a Rádio Popular não é exceção. "Sem logística não funcionamos. Precisamos de receber o produto no armazém central, depois de o colocar nas lojas e, por último, na casa do cliente", refere Assunção Silva. Neste âmbito, a empresa criou uma equipa de atendimento ao cliente inteiramente dedicada a trabalhar esta área. "Com a pandemia, tivemos necessidade de criar uma plataforma interna que fizesse ligação direta à transportadora. Assim, temos os motoristas a contactar diretamente conosco. Se o cliente não está na residência, somos nós que temos de o contactar e garantir que este recebe a encomenda na casa dele. Não queremos que os serviços regressem ao armazém pelo motivo de poderem vir a sofrer danos". Esta força veio permitir melhorar o serviço e trazer vantagens na fidelização do cliente. "Trabalhamos para a satisfação do cliente", reforça a profissional da Direção Executiva de Processos I Linha de Apoio da Rádio Popular.

MEDIR A TEMPERATURA AO CLIENTE

Ao projetar o futuro na relação omnicanal com o cliente saltam à vista três características: a automação, a personalização e a uniformização. Na perspetiva da e-commerce customer Service manager do El Corte Inglés, a automação e a necessidade de processos de resposta rápida, não deve tirar o lugar do assistente e do colaborador. “O atendimento personalizado é algo que defendemos e vamos continuar a defender. Quer seja por voz, e-mail ou chat, nunca podemos deixar cair. Os nossos clientes apelam a isso, ter um contacto, alguém que os oiça, que resolve e que lhes devolve a informação. Estamos a falar não só na

web como também nas lojas. Se existir uma reclamação vamos privilegiar o contacto telefónico para que haja esta personalização, uniformizando toda a informação”. Ana Feitor destaca também o papel do contact center na resolução de problemas, na resposta a outros departamentos e no bom desempenho das empresas. “Somos a voz e o termómetro do cliente. Todos os insights que recebemos devemos passá-los às áreas de negócio para que haja uma tomada de decisão mais assertiva e consciente”. Por isso, alerta, “devemos olhar o colaborador do contact center não apenas como alguém que está a recolher informação, mas também como alguém que possa ser fornecedor de informação relevante, através da escuta ativa”, e que a possa fazer circular internamente para benefício de todos os departamentos da empresa.

CAPACITAR OS OPERADORES EM LINHA

Para que possam dar respostas em tempo útil, os operadores do atendimento ao cliente devem estar preparados e, para isso, é imperativo que dominem todas as áreas de negócio. “Estes assistentes são considerados elementos da Rádio Popular, mesmo estando em regime de outsourcing. Todos têm de saber as nossas regras e o nosso modo de funcionamento”, nota Assunção Silva. Para o efeito, a retalhista disponibiliza um programa para que estes assistentes acedam diretamente a toda a informação num minuto. ‘Ainda assim, em caso de dúvida, poderão contactar diretamente com as lojas - que têm 1 h para responder. Neste momento, estão a conseguir dar resposta em 15 a 30 minutos”, garante, reforçando que o objetivo último passa por garantir que o cliente obtenha sempre uma resposta. A Unha de atendimento da Rádio Popular atua na satisfação do cliente e não em vendas, com o foco na

resolução de situações que o cliente necessita de ver tratadas com a loja. “Precisamos de assistentes cada vez mais competentes para as questões mais complexas, para isso estamos a aproximá-los dos processos e das áreas de negócio. Assim, quando explicarem ao cliente, poderão fazê-lo numa linguagem mais simples, dando maior qualidade no atendimento”, conclui. ®

73%

dos consumidores mundiais esperam que as empresas percebam as suas necessidades e as suas expectativas

62%

deseja que as suas necessidades sejam antecipadas

76%

ficam frustrados quando não têm interações personalizadas

85%

das marcas acredita que estão a oferecer experiências personalizadas. No entanto, apenas

60%

dos consumidores concordam com essa afirmação O BOM ATENDIMENTO TAMBÉM PASSA PELA LOGÍSTICA

"O objetivo é que a resposta seja mais ágil logo num primeiro contacto, com a maior informação possível (...) Temos uma visão 360° e esta não acontece só no

contact center. Se o cliente estiver em loja e pretende saber alguma informação de um pedido online, terá um colaborador que lhe possa facultar esses dados"

Ana Feitor, El Corte Inglés

"Hoje, o cliente está em todo o lado e em simultâneo, seja no Facebook, no Portal da Queixa ou no Livro de Reclamações Eletrónico e, por isso, sentimos a necessidade de compilar toda a informação num único programa, dando-lhe apenas uma única resposta (...) Sabemos onde, quando e aquilo que está a reclamar"

Assunção Silva, Rádio Popular



70

SIMPLIFICAR PROCESSOS E ATENDER ÀS EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR

Os hábitos de consumo estão a mudar e torna-se urgente antecipar necessidades no sentido de uma maior eficácia e rapidez. Disponibilizar mais opções, no caminho da resolução, e exigir menos esforço ao cliente são atributos cada vez mais valorizados e que dão frutos na relação de proximidade que as empresas estabelecem com o consumidor.

TEXTO: JOANA VIEIRA // ILUSTRAÇÕES: ISTOCK

As preocupações do setor do retalho com a otimização da experiência cliente têm vindo a ser discutidas e, à medida que o perfil do cliente vai evoluindo, os níveis de satisfação começam a ganhar mais peso em todos os canais das marcas, seja na loja física ou no *online*.

São diversos os estudos levados a cabo na área do consumidor e os números são reveladores das suas exigências. "73% dos consumidores mundiais esperam que as empresas percebam as suas necessidades e as suas expectativas". Os dados são da investigação "Fifth Edition State

of the Connected Costumer", promovida pela Salesforce, e indicam também que 62% desejam que as suas necessidades sejam antecipadas e 56% que as ofertas sejam sempre personalizadas. Já o último inquérito *Voice of the Consumer* da Euromonitor revela que 47% dos consumidores digitais desejam uma melhor personalização em troca da partilha das suas preferências pessoais. A ausência de interações personalizadas gera frustração, conforme indicaram 76% dos consumidores num relatório da McKinsey. As marcas, por outro lado, mostram-se confiantes e 85% acreditam que estão a oferecer experiências a este nível.

ABRIL/MAIO 2023

A percepção dos consumidores é diferente e apenas 60% concorda com essa afirmação. A exigência é evidente, as cartas estão lançadas e o mercado retalhista começa a acompanhar as regras do jogo.

AGILIZAR PROCESSOS COM UMA RESPOSTA ÚNICA E EFICAZ

O cliente quer processos simples e rápidos, em busca do que é mais conveniente. Numa conversa sobre as alterações dos hábitos de consumo e do cliente levada a cabo no *Global Contact Center Congress*, a *e-commerce customer service manager* do El Corte Inglés, Ana Feitor, refere que a agilidade e a eficácia da resposta passam pela uniformização das plataformas, com uma visão 360° do cliente. “O objetivo é que a resposta seja mais ágil logo num primeiro contacto, com a maior informação possível e esse trabalho tem sido feito. Temos uma visão 360° e esta não acontece só no *contact center*. Se o cliente estiver em loja e pretende saber alguma informação de um pedido *online*, terá um colaborador que lhe possa facultar esses dados”. Com a mesma perspetiva de uniformização da informação, a Rádio Popular desenvolveu internamente um



“O objetivo é que a resposta seja mais ágil logo num primeiro contacto, com a maior informação possível (...) Temos uma visão 360° e esta não acontece só no *contact center*. Se o cliente estiver em loja e pretende saber alguma informação de um pedido *online*, terá um colaborador que lhe possa facultar esses dados”

Ana Feitor, El Corte Inglés

73%
dos consumidores mundiais
esperam que as empresas percebam
as suas necessidades e as suas expectativas

62%
deseja que as suas necessidades
sejam antecipadas

76%
ficam frustrados quando não têm interações
personalizadas

85%
das marcas acredita que estão a oferecer
experiências personalizadas. No entanto, apenas

60%
dos consumidores concordam
com essa afirmação

programa que permite ler automaticamente todas as plataformas associadas às lojas, num único local. “Conseguimos ver os dados do cliente, as suas compras e as entregas, tudo num só momento. O objetivo passa por perdemos menos tempo e o cliente estar o mínimo tempo possível à espera, tendo uma resposta imediata”, explica Assunção Silva, da Direção Executiva de Processos | Linha de Apoio da Rádio Popular. Paralelamente, foi implementado um programa de tratamento de reclamações – por gestores e informáticos da retalhista –, que permite ter conhecimento de todas as plataformas onde foram feitas as reclamações. “Hoje, o cliente está em todo o lado e em simultâneo, seja no Facebook, no Portal da Queixa ou no Livro de Reclamações Eletrónico e, por isso, sentimos a necessidade de compilar toda a informação num único programa, dando-lhe apenas uma única resposta. Assim, aquele cliente fica com um histórico. Sabemos onde, quando e aquilo que está a reclamar”.

A criação deste programa foi feita em conjunto com todas

as equipas e na sua génese foram tidas em conta as suas principais dificuldades, com vista à resolução. “Temos ligações através da *Application Programming Interface* (API) diretamente à Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE), ao Portal da Queixa, à DECO PROTESTE e aos tribunais arbitrais. Negociámos com eles – que mostraram abertura – e conseguimos fazer ligações informáticas”, refere Assunção Silva.

Agilizar este processo tornou-se urgente, tendo em conta o volume de reclamações que a empresa recebe. “Estamos a falar de 400 reclamações por mês e temos de ter uma capacidade de resolução rápida. O cliente não quer esperar”, revela, reforçando o papel dos colaboradores das lojas na satisfação do cliente. “O *call center* tem 12 operadores porque a loja tem de fazer bem. Se a loja fizer o seu trabalho corretamente, do início ao fim, não vou precisar destes colaboradores porque o cliente vai estar satisfeito quando sair da loja”. A máxima da excelência no atendimento está sempre presente cada vez que se fala em consumidor. A profissional considera que é o cliente que faz o futuro das marcas e, para que este regressasse, tem de ser conquistado.

O BOM ATENDIMENTO TAMBÉM PASSA PELA LOGÍSTICA

A força motriz de qualquer retalhista passa também pela logística e a Rádio Popular não é exceção. “Sem logística não funcionamos. Precisamos de receber o produto no armazém central, depois de o colocar nas lojas e, por último, na casa do cliente”, refere Assunção Silva. Neste âmbito, a empresa criou uma equipa de atendimento ao cliente inteiramente dedicada a trabalhar esta área. “Com a pandemia, tivemos necessidade de criar uma plataforma interna que fizesse ligação direta à transportadora. Assim, temos os motoristas a contactar diretamente connosco. Se o cliente não está na residência, somos nós que temos de o contactar e garantir que este recebe a encomenda na casa dele. Não queremos que os serviços regressem ao armazém pelo motivo de poderem vir a sofrer danos”. Esta força veio permitir melhorar o serviço e trazer vantagens na fidelização do cliente. “Trabalhamos para a satisfação do cliente”, reforça a profissional da Direção Executiva de Processos | Linha de Apoio da Rádio Popular.



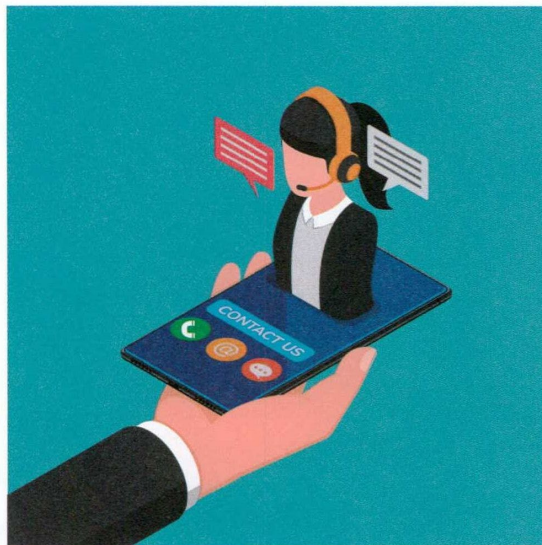
“Hoje, o cliente está em todo o lado e em simultâneo, seja no Facebook, no Portal da Queixa ou no Livro de Reclamações Eletrónico e, por isso, sentimos a necessidade de compilar toda a informação num único programa, dando-lhe apenas uma única resposta (...) Sabemos onde, quando e aquilo que está a reclamar”

Assunção Silva, Rádio Popular

MEDIR A TEMPERATURA AO CLIENTE

Ao projetar o futuro na relação omnicanal com o cliente saltam à vista três características: a automação, a personalização e a uniformização. Na perspetiva da *e-commerce customer service manager* do El Corte Inglés, a automação e a necessidade de processos de resposta rápida, não deve tirar o lugar do assistente e do colaborador. “O atendimento personalizado é algo que defendemos e vamos continuar a defender. Quer seja por voz, *e-mail* ou *chat*, nunca podemos deixar cair. Os nossos clientes apelam a isso, ter um contacto, alguém que os oiça, que resolve e que lhes devolve a informação. Estamos a falar não só na *web* como também nas lojas. Se existir uma reclamação vamos privilegiar o contacto telefónico para que haja esta personalização, uniformizando toda a informação”.

Ana Feitor destaca também o papel do *contact center* na resolução de problemas, na resposta a outros departamentos e no bom desempenho das empresas. “Somos a voz e o termómetro do cliente. Todos os *insights* que recebemos devemos passá-los às áreas de negócio para que haja uma tomada de decisão mais assertiva e consciente”. Por isso, alerta, “devemos olhar o colaborador do *contact center* não apenas como alguém que está a recolher infor-



mação, mas também como alguém que possa ser fornecedor de informação relevante, através da escuta ativa”, e que a possa fazer circular internamente para benefício de todos os departamentos da empresa.

CAPACITAR OS OPERADORES EM LINHA

Para que possam dar respostas em tempo útil, os operadores do atendimento ao cliente devem estar preparados e, para isso, é imperativo que dominem todas as áreas de negócio. “Estes assistentes são considerados elementos da Rádio Popular, mesmo estando em regime de *outsourcing*. Todos têm de saber as nossas regras e o nosso modo de funcionamento”, nota Assunção Silva. Para o efeito, a retalhista disponibiliza um programa para que estes assistentes acedam diretamente a toda a informação num minuto. “Ainda assim, em caso de dúvida, poderão contactar diretamente com as lojas – que têm 1 h para responder. Neste momento, estão a conseguir dar resposta em 15 a 30 minutos”, garante, reforçando que o objetivo último passa por garantir que o cliente obtenha sempre uma resposta. A linha de atendimento da Rádio Popular atua na satisfação do cliente e não em vendas, com o foco na resolução de situações que o cliente necessita de ver tratadas com a loja. “Precisamos de assistentes cada vez mais competentes para as questões mais complexas, para isso estamos a aproximá-los dos processos e das áreas de negócio. Assim, quando explicarem ao cliente, poderão fazê-lo numa linguagem mais simples, dando maior qualidade no atendimento”, conclui. 🗣️

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

MYBOLSA 

Wed, 17 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos contact centers – MyBolsa

FREQUENCY	N/A	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	<div style="display: flex; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 5px; padding: 2px 5px;">APCC</div> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 5px; padding: 2px 5px;">Contact Centers</div> </div>				

A percentagem de trabalhadores em contact centers com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo apresentado esta quarta-feira na conferência da associação do setor, no Estoril.

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e “benchmarking” da atividade de “contact centers” em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de “outsourcing” (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), “utilities” (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

Fechar [SUBSCREVER NEWSLETTER](#)

“Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da

necessidade de aumentar a retenção de pessoas”, pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

“Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos”, realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

“A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%”, pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos contact centers destacam-se o serviço ao cliente (82%), o “back office” (66%), a gestão de reclamações (51%), o telemarketing/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o cross selling e up selling (36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do contact center, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

“Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021”, refere o documento.

O relatório foi apresentado na conferência internacional “Contact Centers Industry: On the Road to Excellence”, organizada pela APCC, no Estoril.

[Ver fonte](#)

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DINHEIRO VIVO 

Wed, 17 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos contact centers

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 7,821	IMPRESSIONS	24,867
MUV	994,680				
TAGS	APCC Contact Centers				

A remuneração média bruta dos operadores foi de 890 euros no ano passado, uma quebra homóloga de 0,78%, apesar do maior nível de qualificações dos colaboradores.

A percentagem de trabalhadores em contact centers com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo apresentado esta quarta-feira na conferência da associação do setor, no Estoril.

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e "benchmarking" da atividade de "contact centers" em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de "outsourcing" (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), "utilities" (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

"Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

"Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos", realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

"A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%", pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos contact centers destacam-se o serviço ao cliente (82%), o "back office" (66%), a gestão de reclamações (51%), o telemarketing/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o cross selling e up selling (36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do contact center, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

"Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021", refere o documento.

O relatório foi apresentado na conferência internacional "Contact Centers Industry: On the Road to Excellence", organizada pela APCC, no Estoril. ✱

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

EXECUTIVE DIGEST 

Wed, 17 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 2,221	IMPRESSIONS	7,063
MUV	282,520				
TAGS	APCC Contact Centers				

A percentagem de trabalhadores em 'contact centers' com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo hoje apresentado na conferência da APCC, no Estoril.

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e 'benchmarking' da atividade de 'contact centers' em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de 'outsourcing' (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), 'utilities' (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

"Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

“Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos”, realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

“A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%”, pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos ‘contact centers’ destacam-se o serviço ao cliente (82%), o ‘back office’ (66%), a gestão de reclamações (51%), o ‘telemarketing’/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o ‘cross selling’ e ‘up selling’(36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do ‘contact center’, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

“Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021”, refere o documento.

O relatório será apresentado na conferência internacional “Contact Centers Industry: On the Road to Excellence”, organizada pela APCC, no Estoril. ✨

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

SÁBADO 

Wed, 17 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos "contact centers"

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 6,559	IMPRESSIONS	20,855
MUV	834,200				
TAGS	APCC Contact Centers				

Percentagem subiu quase 10% de 2021 para 20200, mas a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78%.

A percentagem de trabalhadores em 'contact centers' com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo hoje apresentado na conferência da APCC, no Estoril.

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e 'benchmarking' da atividade de 'contact centers' em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de 'outsourcing' (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), 'utilities' (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

"Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

"Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos", realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

"A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%", pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos 'contact centers' destacam-se o serviço ao cliente (82%), o 'back office' (66%), a gestão de reclamações (51%), o 'telemarketing'/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o 'cross selling' e 'up selling'(36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do 'contact center', tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

"Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021", refere o documento.

O relatório será apresentado na conferência internacional "Contact Centers Industry: On the Road to Excellence", organizada pela APCC, no Estoril.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

RÁDIO RENASCENÇA 

Wed, 17 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos "contact centers"

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 5,466	IMPRESSIONS	17,380
MUV	695,200				
TAGS	APCC Contact Centers				

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

A percentagem de trabalhadores em 'contact centers' com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo hoje apresentado na conferência da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC), no Estoril

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e 'benchmarking' da atividade de 'contact centers' em Portugal 2023, da APCC.

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de 'outsourcing' (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), 'utilities' (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

“Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas”, pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

Recurso a recibos verdes desce

“Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos”, realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

“A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%”, pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do ‘contact center’, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021. ✱

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

RÁDIO LISBOA 

Tue, 16 May 2023

Mais trabalhadores com ensino superior, mas salários estagnaram nos contact centers

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

ECO 17 maio 2023

Rotatividade no setor dos contact centers disparou para 48,2% no ano passado. Escassez de talento transversal à economia e forte concorrência no recrutamento podem explicar subida, diz APCC. Há mais trabalhadores com o ensino superior a trabalhar nos contact centers, setor marcado no ano passado pela rotatividade que disparou para quase 50%. Apesar do aumento da inflação, os salários mantiveram-se praticamente inalterados, com os operado...
[+]

ECO

Fonte: GNews

* Anterior

* Seguinte *

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

OBSERVADOR 

Tue, 16 May 2023

Ensino superior aumenta nos contact centers

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 22,115	IMPRESSIONS	70,319
MUV	2,812,760				
TAGS	APCC Contact Centers				

A percentagem de trabalhadores em contact centers com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo esta terça-feira apresentado na conferência da APCC, no Estoril.

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e benchmarking da atividade de contact centers em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de outsourcing (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), utilities (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

PUB • CONTINUE A LER A SEGUIR

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

“Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento

assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas”, pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

“Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos”, realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

“A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%”, pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos contact centers destacam-se o serviço ao cliente (82%), o back office (66%), a gestão de reclamações (51%), o telemarketing/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o cross selling e up selling(36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do contact center, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

“Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a

responder que no ano de 2021", refere o documento.

O relatório será apresentado na conferência internacional "Contact Centers Industry: On the Road to Excellence", organizada pela APCC, no Estoril. ✱

OBSERVADOR

Publicidade

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos contact centers

Estudo da Associação Portuguesa de Contact Centers indica ainda que, ao contrário do ensino superior, trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução de 50% para 30%.

A percentagem de trabalhadores em contact centers com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 47% em 2022, face a 40% no ano anterior, segundo os dados que foram feitos apresentados na conferência da APCC, no Euronet.

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução de 50% em 2022 para 30% em 2021, face a 40% no ano anterior, segundo os dados que foram feitos apresentados na conferência da APCC, no Euronet.

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.142 linhas de atendimento, divididas em 22 instituições, uma empresa que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 18 mil trabalhadores.

Por setores, o estudo registou de maior a menor: (1) de serviços de atividades com foco em suporte ao cliente e centros de atendimento (10%), (2) de serviços de suporte ao cliente e centros de atendimento (10%), (3) de serviços de suporte ao cliente e centros de atendimento (10%), (4) de serviços de suporte ao cliente e centros de atendimento (10%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,7% em termos nominais, para 900 euros em 2022.

"Nossa intenção que os dados disponíveis no relatório é, em termos de esperar um aumento substancial das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoal", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos superiores aumentou 1,0% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 43,2%.

A taxa de rotatividade dos superiores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 27%, em 2022 (20% em 2021).

"Instaurando finalmente a estrutura do setor de prestador de serviços de 2022 revelou uma estabilização no tipo de contrato", indica o estudo, indicando que em 2022 o número (70%) dos trabalhadores (total) contratados sob termo.

"A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo decido para 3,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%", pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e superiores aumentou nos últimos anos, passando de 32 anos de idade para 33 anos, com uma percentagem de 50% e 60%, para ambos os perfis.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores retornam, em 2022, ao setor após terem saído, enquanto 20% em 2021, percentual e os restantes 50% em regime híbrido.

Os dados com maior número de linhas de atendimento são as operadoras de 11,6% a nacional e as operadoras de 10% em bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública no período (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos contact centers destacam-se o serviço ao cliente (82%), o back office (10%), a gestão de processos (10%), a administração (10%), a gestão de recursos humanos (10%) e o cross selling e up selling (10%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de operações de contact center, tendo sido apontado a valor de 10,4 milhões de euros em 2022, mais 20% face a 2021.

"Este estatístico deve ser relacionado uma vez que em 2022 houve mais rotatividade e operadores que no ano de 2021, sobre o documento.

O relatório está apresentado na conferência internacional "Contact Centers Industry Do, Now & in the Future", organizada pela APCC, no Euronet.

EMPRESAS | INSTITUIÇÕES | INSTITUIÇÕES | ENTIDADES | ASSOCIAÇÃO | Euronet

POPULARES

- As militares russas obrigadas a ser casadas
- Presidente da Câmara de Góis também é arguido
- Zelensky: abate os mísseis russos é "histórico"
- Selo do Vaticano é de "pequeno mau gosto"

RECOMENDAMOS

- Markus Sorens: "Quer destruir Humanidade?"
- Selo do Vaticano é de "pequeno mau gosto"
- Portugal: Uma ilha na cauda da Europa
- Procuradores, Cientistas manifestam-se em Lisboa

O MELHOR DO PREMIO

- A religião de Abril
- As militares russas obrigadas a ser casadas
- O momento do mês milho de portugueses
- O momento segundo Marcelo

ÚLTIMAS

- Noticiário
- Noticiário
- Noticiário
- Noticiário

4h, Navegador de barco abalado por 20 desaparecidos

3h, Frederico Pinheiro vai ser convido na AG


2h, Inter agurado para a final da Champions

1h, Alvaro, Psicólogo já podiam integrar todos

OBSERVADOR

Publicidade

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

SAPO 24 

Tue, 16 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 10,290	IMPRESSIONS	32,720
MUV	1,308,800				
TAGS	APCC Contact Centers				

A percentagem de trabalhadores em 'contact centers' com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo hoje apresentado na conferência da APCC, no Estoril.

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e 'benchmarking' da atividade de 'contact centers' em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de 'outsourcing' (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), 'utilities' (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

"Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

"Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos", realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

"A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%", pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos 'contact centers' destacam-se o serviço ao cliente (82%), o 'back office' (66%), a gestão de reclamações (51%), o 'telemarketing'/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o 'cross selling' e 'up selling'(36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do 'contact center', tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

"Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021", refere o documento.

O relatório será apresentado na conferência internacional "Contact Centers Industry: On the Road to Excellence", organizada pela APCC, no Estoril.

DF // CSJ

Lusa/Fim ✱

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

CORREIO DA MANHÃ CANADÁ 

Tue, 16 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

Lisboa, 17 mai 2023 (Lusa) – A percentagem de trabalhadores em 'contact centers' com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo hoje apresentado na conferência da APCC, no Estoril.

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e 'benchmarking' da atividade de 'contact centers' em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de 'outsourcing' (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), 'utilities' (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

"Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

“Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos”, realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

“A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%”, pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos ‘contact centers’ destacam-se o serviço ao cliente (82%), o ‘back office’ (66%), a gestão de reclamações (51%), o ‘telemarketing’/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o ‘cross selling’ e ‘up selling’(36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do ‘contact center’, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

“Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021”, refere o documento.

O relatório será apresentado na conferência internacional “Contact Centers Industry: On the Road to Excellence”, organizada pela APCC, no Estoril.

DF // CSJ

Lusa/Fim ✱

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

PORTAL IMPALA - VIP [↗](#)

Tue, 16 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers' - Impala

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e 'benchmarking' da atividade de 'contact centers' em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de 'outsourcing' (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), 'utilities' (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

"Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano

anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

“Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos”, realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

“A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%”, pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos ‘contact centers’ destacam-se o serviço ao cliente (82%), o ‘back office’ (66%), a gestão de reclamações (51%), o ‘telemarketing’/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o ‘cross selling’ e ‘up selling’(36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do ‘contact center’, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

“Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021”, refere o documento.

O relatório será apresentado na conferência internacional “Contact Centers Industry: On the Road to Excellence”, organizada pela APCC, no Estoril.

DF // CSJ

By Impala News / Lusa

Siga a Impala no Instagram

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

PORTAL IMPALA (PT) 

Tue, 16 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 1,452	IMPRESSIONS	4,617
MUV	184,680				
TAGS	APCC Contact Centers				

A percentagem de trabalhadores em 'contact centers' com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo hoje apresentado na conferência da APCC, no Estoril.

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e 'benchmarking' da atividade de 'contact centers' em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de 'outsourcing' (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), 'utilities' (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

"Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

“Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos”, realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

“A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%”, pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos ‘contact centers’ destacam-se o serviço ao cliente (82%), o ‘back office’ (66%), a gestão de reclamações (51%), o ‘telemarketing’/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o ‘cross selling’ e ‘up selling’(36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do ‘contact center’, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

“Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021”, refere o documento.

O relatório será apresentado na conferência internacional “Contact Centers Industry: On the Road to Excellence”, organizada pela APCC, no Estoril.

DF // CSJ

By Impala News / Lusa ✱

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

ECO 

Tue, 16 May 2023

Mais trabalhadores com ensino superior nos contact centers

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 8,863	IMPRESSIONS	28,181
MUV	1,127,240				
TAGS	APCC Contact Centers				

Rotatividade no setor dos contact centers disparou para 48,2% no ano passado. Escassez de talento transversal à economia e forte concorrência no recrutamento podem explicar subida, diz APCC.

Há mais trabalhadores com o ensino superior a trabalhar nos contact centers, setor marcado no ano passado pela rotatividade que disparou para quase 50%. Apesar do aumento da inflação, os salários mantiveram-se praticamente inalterados, com os operadores a ganharem uma média de 897 euros brutos e os supervisores 1.101 euros, segundo o “Estudo de Caracterização e Benchmarking da Atividade de Contact Centers em Portugal 2023”, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC). Estima-se que o setor empregue 104 mil pessoas, ou seja, deve ter crescido 15,4%.

“Esta indústria apresentou um notável nível de crescimento, de 2019 para 2021, superior a 50%, motivado pela pressão da procura associada à pandemia. Não devemos esperar crescimentos tão dramáticos nos próximos anos, mas o setor mantém uma trajetória de crescimento sustentado que deve persistir”, considera Pedro Miranda, presidente da APCC.

Estima-se que no setor trabalhem mais de 100 mil pessoas, mas apesar do disparo da inflação no ano passado, no setor dos contact center os salários praticamente estagnaram.

O inquérito realizado pela APCC junto aos associados – e respondido por 1.182 operações/linhas de atendimento, representativas de 52.102 colaboradores –, ao mesmo tempo que destaca o aumento do número de pessoas com ensino superior ou frequência a

trabalhar no setor – “ pela primeira vez acima dos 40%” (39% em 2020 e 36% em 2021), com os colaboradores com ensino secundário completo a passar de praticamente 60% nos dois anos anteriores (57% em 2020, 59% em 2021) para 50% –, aponta igualmente para uma “forte tendência de estagnação no valor do ordenado bruto médio mensal dos operadores”.

Pedro Miranda aponta uma possível explicação. “Nos últimos anos tem sido sempre verificado o aumento dos salários dos colaboradores. Neste ano ocorreu, pela primeira vez, uma quase estagnação que poderá dever-se à grande rotatividade e à necessidade de contratar maior número de novos colaboradores, que entram para escalões de formação”, refere o presidente da APCC ao ECO Trabalho.

Nos últimos anos tem sido sempre verificado o aumento dos salários dos colaboradores. Neste ano ocorreu, pela primeira vez, uma quase estagnação que poderá dever-se à grande rotatividade e à necessidade de contratar maior número de novos colaboradores, que entram para escalões de formação.

Efetivamente, em média, o salário dos colaboradores assinala até uma redução de 0,78% para 890 euros, com o setor de saúde a pagar os salários mais elevados (1.106 euros) a estes profissionais e as telecomunicações os mais baixos (750 euros).

Mas no universo dos supervisores, a evolução, apesar de positiva, não é significativa, com o ordenado bruto mensal a subir 1,6%, para 1.101 euros. “A Administração Pública apresenta as remunerações médias mais elevadas (1.517 euros) e os Correios e Distribuição Expresso as mais baixas (873 euros)”, destaca o estudo.

“Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos de colaboradores, acima dos 55% com contrato sem termo . A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%”, aponta o estudo.

Rotatividade dispara no setor

Apesar dessa estabilidade contratual, o ano passado foi marcado pelo aumento da rotatividade. O turnover que até tinha vindo a diminuir na fase da pandemia, chegando a estar abaixo dos 20% em 2021, disparou para 48,2%. Valor que ainda é mais expressivo nas empresas que prestam estes serviços em outsourcing , atingindo mais de 54%. “Está acima dos 30% nas telecomunicações e nas utilities e acima dos 20% nos bancos e outras instituições financeiras e na saúde. Valores abaixo de 10% em todos os restantes setores”, detalha o estudo.

Mas, “ talvez ainda mais preocupante, é o salto na rotatividade dos supervisores que passou num ano de 8% para 21%”, refere a APCC, com as empresas de outsourcing (57%) e comércio (31%) a apresentarem resultado acima da média e as de saúde e assistência em viagem a registar uma rotatividade zero.

Futuro será cada vez mais híbrido

Uma dificuldade na retenção do talento num ano em que, terminadas as maiores restrições impostas pela pandemia, muitas empresas começaram a mudar o regime de trabalho, verificando-se uma redução muito significativa de pessoas a trabalhar em regime 100% remoto – de 62% em 2021 para 30% em 2022 –, acompanhado por um aumento do modelo 100% presencial de 12%, para 32%. Os restantes 38% trabalham em regime híbrido, dos quais 23% com dias fixos presenciais e 15% sem dias fixos presenciais.

Poderá esta mudança de modelo de trabalho explicar esse aumento da rotatividade? “O aumento da percentagem de colaboradores em regime 100% presencial, a redução do 100% remoto e a grande incidência de regimes híbridos tem vindo a ocorrer sem dificuldades, sendo geralmente acolhidas as expectativas e preferências dos colaboradores”, considera Pedro Miranda. “Num clima de dificuldade de recrutamento e esforço de retenção de talentos não seria de esperar diferente”, acrescenta o presidente da APCC.

O aumento de taxa de rotatividade é o resultado esperado de uma situação generalizada de falta de recursos humanos transversal à economia e da forte concorrência no recrutamento, mesmo entre empresas do setor.

“O aumento de taxa de rotatividade é o resultado esperado de uma situação generalizada de falta de recursos humanos transversal à economia e da forte concorrência no recrutamento, mesmo entre empresas do setor”, conclui o responsável.

Quanto à evolução do regime de trabalho futuro? “A maioria respondeu que o mesmo será híbrido (41%), com maior peso da opção com dias presenciais fixos (28%) do que sem dias presenciais fixos (13%)”, aponta o estudo.

Menor antiguidade e mais absentismo

A maior dificuldade passa por reter o talento que resulta num menor rácio entre o número de supervisores e colaboradores. As equipas de gestão têm agora mais pessoas a seu cargo, com impacto na antiguidade média dos colaboradores que reduziu de forma significativa: de 43 para 34 meses “contrariando o crescimento deste indicador que se verificava há já três anos”.

“O setor de correios e distribuição expresso mantém a taxa mais elevada, superior a 100 meses, apesar de uma redução significativa (era de 126 meses em 2021), enquanto o dos bancos e outras instituições financeiras mantém o valor de antiguidade média mais reduzido (que passou de 30 em 2021 para 23,2 meses agora)”, aponta o estudo.

Já a antiguidade média dos supervisores ainda não reflete o aumento do turnover, com os 75 meses a manter-se em linha com anos anteriores. Esta é superior à média nos correios e distribuição expresso (204 meses) e na assistência em viagem (180 meses), com as seguradoras e comércio a apresentarem antiguidades médias mais baixas.

No ano passado, o absentismo também aumentou. Depois de ter descido consideravelmente no início da pandemia, continua a crescer gradualmente: de 8,1% em 2020 para 8,8% em 2021 e 9,4% no ano passado. O setor de atividade com a maior taxa de absentismo foi o das telecomunicações (13,9%), como tem sido hábito ao longo dos anos. Relativamente a 2021, seguradoras (de 5,9%, para 11,7%) e bancos e outras instituições financeiras (8,4%, para 10,3%) apresentaram o maior aumento e a Administração Pública a maior redução (4,5%, para 2,6%). *

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

VISÃO 

Tue, 16 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 7,611	IMPRESSIONS	24,200
MUV	968,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

A percentagem de trabalhadores em 'contact centers' com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo hoje apresentado na conferência da APCC, no Estoril

Em sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e 'benchmarking' da atividade de 'contact centers' em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de 'outsourcing' (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), 'utilities' (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

"Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

“Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos”, realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

“A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%”, pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos ‘contact centers’ destacam-se o serviço ao cliente (82%), o ‘back office’ (66%), a gestão de reclamações (51%), o ‘telemarketing’/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o ‘cross selling’ e ‘up selling’(36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do ‘contact center’, tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

“Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021”, refere o documento.

O relatório será apresentado na conferência internacional “Contact Centers Industry: On the Road to Excellence”, organizada pela APCC, no Estoril.

DF // CSJ *

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

NOTÍCIAS AO MINUTO 

Tue, 16 May 2023

Trabalhadores com ensino superior aumentam nos 'contact centers'

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 27,688	IMPRESSIONS	88,038
MUV	3,521,520				
TAGS	APCC Contact Centers				

A percentagem de trabalhadores em 'contact centers' com ensino superior ou a frequentarem este grau de ensino subiu para 45% em 2022, face a 36% no ano anterior, segundo um estudo hoje apresentado na conferência da APCC, no Estoril.

E m sentido contrário, os trabalhadores com ensino secundário completo registaram uma redução, de 59% em 2021 para 50% em 2022, de acordo com o estudo de caracterização e 'benchmarking' da atividade de 'contact centers' em Portugal 2023, da Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC).

O estudo baseia-se na resposta obtida de 1.182 linhas de atendimento, envolvendo 52.102 trabalhadores, uma amostra que corresponde a 50,1% do universo do setor, que conta com 104 mil trabalhadores.

Responderam sobretudo empresas de 'outsourcing' (30%) e de setores de atividade com destaque para bancos e outras instituições financeiras (16%), 'utilities' (12%), seguradoras (10%), comércio (8%), saúde (8%) e telecomunicações (7%).

Apesar do aumento da percentagem de trabalhadores mais qualificados, a remuneração média bruta dos operadores caiu 0,78% em termos homólogos, para 890 euros em 2022.

"Mesmo admitindo que existam diferenças na amostra (...), seria de esperar um aumento assinalável das remunerações, pelo efeito conjunto do aumento da inflação e da necessidade de aumentar a retenção de pessoas", pode ler-se no documento.

Por sua vez, o ordenado bruto médio dos supervisores aumentou 1,6% em 2022 face ao ano anterior, para 1.101 euros.

De acordo com o estudo, a taxa média de rotatividade dos operadores, após ter registado uma redução durante a pandemia de covid-19, mais do que duplicou em 2022 face a 2021, para 48,2%.

A taxa de rotatividade dos supervisores é menos de metade da dos assistentes, mas também aumentou, para 21% em 2022 (face a 8% em 2021).

"Contrariando frontalmente a narrativa de setor de precários, os resultados de 2022 revelam uma estabilização no tipo de contratos", realça o estudo, indicando que mais de metade (55%) dos trabalhadores tinham contrato sem termo.

"A utilização de trabalho temporário é marginal, tendo descido para 5,6% e o recurso a recibos verdes é inferior a 2%", pode ler-se no documento.

A idade média de operadores e supervisores aumentou nas empresas que responderam ao questionário, mantendo-se o grupo dos 25 aos 40 anos como o mais representativo, entre os 50% e os 60%, para ambas as funções.

O relatório mostra que 30% dos trabalhadores estavam, em 2022, em regime 100% remoto, enquanto 32% em regime 100% presencial e os restantes 38% em regime híbrido.

Os setores com maior número de linhas de atendimento são as seguradoras (15,4%), a assistência em viagem (13,4%), os bancos e outras instituições financeiras (12,0%) e a saúde pública ou privada (11,6%).

Entre as funções desempenhadas nos 'contact centers' destacam-se o serviço ao cliente (82%), o 'back office' (66%), a gestão de reclamações (51%), o 'telemarketing'/vendas outbound (44%), o suporte técnico (41%) e o 'cross selling' e 'up selling'(36%).

Menos de metade das empresas (40,7%) inquiridas respondeu à questão sobre qual o volume anual de negócios do 'contact center', tendo sido apurado o valor de 814,8 milhões de euros em 2022, mais 35% face a 2021.

"Este acréscimo deve ser relativizado, uma vez que em 2022 houve mais operações a responder que no ano de 2021", refere o documento.

O relatório será apresentado na conferência internacional 'Contact Centers Industry: On the Road to Excellence', organizada pela APCC, no Estoril.

Leia Também: Emprego público volta a subir e atinge novo máximo no primeiro trimestre ❁

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

HR PORTUGAL 

Tue, 02 May 2023

Associação Portuguesa de Contact Centers promove formação de colaboradores com Bolsas Talentum

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 1,471	IMPRESSIONS	4,678
MUV	187,120				
TAGS	APCC Contact Centers				

A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) entregou no passado dia 20 de Abril, as primeiras Bolsas Talentum a quatro colaboradoras do sector de Contact Centers, num total de 14 candidaturas. Alexandra Inácio, da Close to Customers, Ângela Alves, do Millenniumbcp, Carla Raposo, da Close to Customers, e Cecília Craveiro, da Sibs, foram as contempladas com uma bolsa de 1500 euros cada, cujo objectivo passa por apoiar o crescimento profissional e a formação dos colaboradores desta Indústria.

A análise das candidaturas ficou a cargo de um júri composto por Ana Pinto, head of Customer Service na Tranquilidade; Cláudia Serra, directora de Apoio e Voz do Cliente nos CTT; Magda Lapa, head of Game Operations nos Jogos Santa Casa; Márcia Machado, senior sales na Executive Genesys Portugal e Susana Cipriano, directora da APCC e head of Contact Center no Millenniumbcp, também responsável pelo projecto.

«Num sector que emprega mais de 104 mil pessoas em permanente contacto com os clientes, a formação e o autodesenvolvimento são factores diferenciadores e de extrema importância. Com as Bolsas Talentum, a APCC pretende valorizar e incentivar os colaboradores a adquirirem competências a vários níveis, contribuindo assim para a prestação de um serviço de excelência», explica Ana Gonçalves, secretária-geral da APCC.

A entrega das Bolsas Talentum tem uma periodicidade anual. Podem ser candidatos a estas

bolsas todos os colaboradores das Empresas Associadas da APCC que cumpram os requisitos necessários. ✿