

Module: Technology Management



MBA
CUSTOMER
MANAGEMENT

Technologische innovaties volgen elkaar steeds sneller op. En de acceptatie ervan door consumenten en publiek vindt in telkens kortere tijd plaats. Hoe blijft uw organisatie bij? Hoe zet u techniek optimaal in, zodat de juiste functionaliteiten worden gebruikt en medewerkers optimaal worden ondersteund? Uw technology roadmap kunt u in deze module vormgeven. Met uw eigen kanalen, maar ook met social media!



Module: Technology Management

Start:	Januari
Doorlooptijd module:	15 weken
Prijs:	€ 3.600,- (ex 350,- inschrijf-, dossier- en examenkosten)
Aantal deelnemers:	8-20 deelnemers
Bevat:	7 collegedagen, lesmaterialen en 8 studiepunten EC

Resultaat

Na afronding van deze module heeft u inzicht in de technologieën die voor customer management relevant zijn. Deze technologieën beperken zich niet alleen tot het contactcenter. Ook technologie die elders in de organisatie wordt gebruikt, komt aan de orde, zoals ERP, Unified Communications, Campagne Management Systemen voor marketing e.d. U heeft inzicht in de mogelijkheden van het uitbesteden van technologie, in de harde en zachte opbrengsten en kosten van technologie en bent in staat aan de hand van rendementsanalyses investeringsbeslissingen te onderbouwen. U bent in staat om vanuit een onderbouwde visie voor de organisatie een passend technologie beleid te ontwikkelen en te implementeren.

Onderwerpen

Tijdens de module komen o.m. de volgende onderwerpen aan de orde:

- Systemen die ten behoeve van de klantcontact afhandeling via het contactcenter worden gebruikt, zoals een telefoon centrale, IVR applicaties, ACD, CTI, VoIP, workforce management systemen, quality monitoring applicaties, kennis systemen, e-mail management response systemen, CRM systemen en relevante ontwikkelingen op dit terrein, zoals de inzet van sms en selfservice technologieën via spraakherkenning e.d.
- CRM implementaties: succes- en faalfactoren.
- De mogelijkheden van die technologieën als ERP en Unified Communications bieden voor het organisatiebreed bevorderen van een effectieve en efficiënte samenwerking tussen afdelingen.
- Het managen van innovatieve technologie.
- Mogelijkheden voor het outsourcen van (delen van) het ICT management.
- Het managen van technologie, organisatiebreed, over alle klantcontact kanalen, ter ondersteuning van customer management.
- Opbrengsten en kosten, hard en zacht, verbonden aan investeringen in technologie.
- Rendementsanalyses van investeringen in technologie ten behoeve van investeringsbeslissingen.
- Het managen van de selectie en implementatie van applicaties.
- Het vertalen van de visie, missie en strategie van de organisatie in een passend technologie management beleid ten behoeve van customer management.

Praktijkopdracht 'Implementatie van innovatieve technologie'

Tijdens de module werkt de student voor de eigen organisatie, dan wel een organisatie waarmee de student een (werk)relatie heeft, een praktijkopdracht uit betreffende een probleemstelling op het terrein van TM. De relevantie van de probleemstelling en de praktijkopdracht worden door de betreffende organisatie erkend. De praktijkopdracht resulteert in een project- cq verbeterplan dat bij uitvoering leidt tot tenminste 20.000 euro aan besparingen en/of meeropbrengsten. Dit in het eerste jaar na uitvoering.

Opbouw en duur

- Collegereeks Technology Management, Studiepunten 8 EC.
- Zelfstandig te volgen en/of als onderdeel van de MBA Customer Management.
- Doorlooptijd 15 weken: 7 Collegedagen (60 contacturen), 7 x donderdag.
- Tezamen met de contacturen tijdens de college bijeenkomsten en de praktijkopdracht, wordt uitgegaan van een studiebelasting van ca. 12-15 uur per week.

SFCM Community

Studenten en oud studenten van de School For Customer Management vormen een interessante community van professionals die een passie voor Customer Management gemeen hebben. Tijdens de colleges ligt er een sterke focus op het delen van ervaringen, intervisie en het leren van elkaar.

School For Customer Management wil ook na de studie dat gevoel van verbondenheid stimuleren. We vormen een interactieve community die contact blijft houden via speciale kennis en netwerk evenementen en via de diverse communicatiekanalen, waaronder de Sociale Media. We onderhouden pagina's en groepen op onder andere LinkedIn, Slideshare, Twitter en Facebook.



School for Customer Management
info@sfcml.nl
www.sfcml.nl

De School for Customer Management is de start van uw toekomst. Met meer dan 25 jaar ervaring in opleidingen op het gebied van customer relations heeft Philipse Business School dit unieke initiatief gelanceerd voor senior management relaties.

Huidige Curricula: **European MBA Contactcenter Management**, onder accreditatie van FEDMA
MBA Customer Management, onder accreditatie van NVAO

In samenwerking met uiteenlopende brancheorganisaties en gerenommeerde vertegenwoordigers uit het beroepenveld is de trend naar totaal customer management onderkend en verder vormgegeven in een zeer professioneel en toekomstzeker curriculum, de MBA Customer Management. Deze brede bedrijfskundige opleiding is opgezet vanuit de visie dat elk klantcontact van strategische waarde is voor elke onderneming, ongeacht via welk kanaal dit klantcontact tot stand komt en of het interne- of externe klanten zijn.

Missie School for Customer Management

Het bevorderen van de ontwikkeling van huidige en toekomstige leiders in Customer Management.

Een initiatief van: Philipse Business School

PHILIPSE
BUSINESS SCHOOL