

FOCUS > IN OCCASIONE DELLA CONFERENZA CHE SI TERRÀ A ROMA IL 14 NOVEMBRE PAOLO SARZANA, PRESIDENTE DI ASSOCONTACT, DESCRIVE IL MERCATO ATTUALE DEI CALL CENTER

Il telemarketing, un'opportunità per tutti

Quante volte il telefono fisso, o il cellulare, squilla nei momenti meno opportuni e ci si trova a parlare con operatori telefonici intenzionati a vendere servizi o beni di consumo? Queste chiamate sono spesso così insistenti da essere al limite del molesto. Operazioni di telemarketing di questo genere non sono sempre e completamente a norma, e sarà questo il tema principale che Assocontact (Associazione Nazionale dei Contact Center in Outsourcing) presenterà a Roma il 14 novembre, durante la conferenza "Telemarketing: rivoluzione in corso", insieme all'associazione dei consumatori OIC (Osservatorio Imprese e Consumatori).

I PROBLEMI DEL SETTORE

Il convegno avrà inizio alle 9.30 nella Sala del refettorio di Palazzo San Macuto, ospiti della Camera dei Deputati. È Paolo Sarzana, Presidente dell'associazione di categoria, a spiegare come l'appuntamento del 14 novembre sia fondamentale per segnare un passo importante verso il cambiamento. Sarzana, infatti, sottolinea

il fatto che il lavoro nei contact center ha una doppia anima: da una parte ci sono gli operatori che svolgono le attività di customer care. Queste risorse, tutti lavoratori subordinati, ricevono un'adeguata formazione per svolgere il proprio im-

piego, speso dalle società di out-sourcing. Dall'altra parte, invece, ci sono gli operatori telefonici che svolgono attività di telemarketing, informazione e vendita commerciale, con contratti di collaborazione coordinata e continuativa siglati dai sindacati nazionali più rappresentativi, come previsto dalla Legge: alcuni contratti, tuttavia, sono spesso anomali e producono difformità, sperequazioni e spesso anche dumping sul valore del servizio da parte della committenza: lo "stipendio" ha un valore minimo che se più basso si baserà prevalentemente sui ricavi provenienti dalle variabili. Questo fa sì che le operazioni di telemar-

keting di questi lavoratori anomali siano particolarmente aggressive.

In occasione di "Telemarketing: rivoluzione in corso" le as-

sociazioni di categoria, le Istituzioni ed i consumatori avranno l'occasione di conoscere più approfonditamente tale realtà, nella speranza che in tutti si infonda la consapevolezza necessaria alla messa in atto di Leggi più efficienti destinate a normare il sistema del marketing telefonico. Il presidente di Assocontact mette in evidenza anche i passi normativi già compiuti dal gennaio 2018. Il Registro delle opposizioni - già in vigore per tutelarsi dalle chiamate indesiderate, ma sino a ieri solo per i possessori anche di utenze fisse - è infatti diventato valido anche per i possessori di soli numeri di cellulare. Per salvaguardare la Privacy dei cittadini, inoltre, le nuove regole azzerano i precedenti consensi che dovranno essere riacquisiti, con la possibilità di specificare alcune categorie merceologiche. Tra i più recenti provvedimenti c'è stata anche l'individuazione di un prefisso telefonico fisso, o di un numero "identificabile e ricontattabile" che identificano la telefonata commerciale. Solo in que-

sto modo il mercato può essere definitivamente rispettato ed i cittadini iniziare a valutare il telemarketing come un'opportunità più che come un fastidio.



LE CHIAMATE COMMERCIALI SI INDIVIDUANO DAL PREFISSO



IL TELEMARKEETING AGGRESSIVO DANNEGGIA IL SETTORE E I CITTADINI





AL CONVEGNO SARANNO PRESENTI ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E ISTITUZIONI

