

ETICA E NUOVE NORME SULLA PRIVACY

DA AQR IL DECALOGO DEI DIRITTI DEGLI UTENTI CONTATTATI DAI CALL CENTER

Ogni giorno riceviamo telefonate da operatori di call center che propongono offerte di ogni genere. Oggi un decalogo sancisce il principio che il rispetto delle regole e della buona educazione sono un diritto del consumatore per far vivere serenamente il momento della transazione commerciale.

Nel settore dei servizi telefonici l'attività outbound (le chiamate dal call center verso l'esterno) vale circa **300 milioni di euro di fatturato** e vede impiegati circa 30 mila addetti tra dipendenti e collaboratori. A questi dati si aggiungono i circa 100 milioni di contatti utili sviluppati su base annua, secondo i dati forniti da Cerved (ottobre 2016 e aggiornamenti successivi).

Sono risultati che raccontano quindi di un mercato dinamico, con un trend di crescita destinato ad evolvere ulteriormente.

*"È un settore in perenne movimento, sia in termini quantitativi sia in termini qualitativi – spiega **Francesco Saverio Esposito, CEO del Gruppo AQR** - La stessa fruizione del servizio sta evolvendo e richiede approcci differenti, di qualità, capaci di dare dignità al settore delle vendite per telefono. Il customer care è un servizio fondamentale per qualsiasi business vincente perché rappresenta il filo diretto che lega l'azienda al cliente durante tutto il processo di acquisto di un servizio o di un prodotto e se gestito correttamente può trasformarsi in un investimento estremamente redditizio."*

Nato nel 2010, con oltre 500 lavoratori e più di 1000 postazioni multimediali in 8 sedi operative in Italia, il **Gruppo AQR** è la società di servizi che controlla Deal Evolution, Feel Contact e Sales Experience, specializzate in teleselling, customer care e field telefonico.

Nasce da questa esperienza la proposta di un **decalogo dei diritti del consumatore** contattato dagli operatori di vendita telefonica. Una carta che nasce da reali competenze e da una prassi quotidiana e che vuole dare maggiore serenità al consumatore e dignità al settore delle vendite telefoniche.

*"Abbiamo redatto un decalogo - prosegue **Francesco Saverio Esposito** - che vuole essere un contributo per tutto il settore. Le vendite telefoniche fatte in modo corretto e rispettoso sono un vantaggio per tutti. Vogliamo condividere quella che oggi deve essere secondo noi una impostazione valida per tutta la categoria e i consumatori."*

Il documento prende spunto dalla recente introduzione del **nuovo regolamento europeo sulla privacy**, il GDPR (General Data Protection Regulation), che nel mese di maggio è diventato applicabile in tutti gli stati dell'Unione Europea.

Elisa Fornasari, head of legal department in AQR, ha interpretato in chiave pratica le nuove regole introdotte, mentre **Eutizio Egiziano**, direttore operations in AQR, ha trasformato in punti pratici la sua esperienza con gli operatori, ognuno dei quali con una media di più di cento chiamate giornaliere.

In base a quanto disposto dal GDPR, agli utenti sono quindi riconosciuti in qualsiasi momento e senza costi, **i seguenti diritti:**

- 1.** DIRITTO ALL'ACCESSO AI PROPRI DATI: ottenere la conferma dell'esistenza o meno di dati personali che ci riguardano, averne comunicazione in forma intelligibile;
- 2.** DIRITTO DI RETTIFICA: verificarne l'esattezza, chiedendone l'aggiornamento e l'integrazione;
- 3.** DIRITTO DI LIMITAZIONE E DI OPPOSIZIONE PER UNA O PIÙ FINALITÀ: limitarne l'utilizzo e richiedere il blocco delle attività di trattamento;
- 4.** DIRITTO ALLA PORTABILITÀ: richiedere la trasmissione dei propri dati personali in un formato strutturato, di uso comune e leggibile da dispositivo automatico da un fornitore a un altro;
- 5.** DIRITTO ALL'OBLIO: richiedere la cancellazione dei propri dati personali e delle eventuali copie.

SECURITY



A questi diritti previsti dalle normative vigenti, il Gruppo AQR propone di aggiungerne altri considerati fondamentali che devono far parte delle skills professionali di un operatore telefonico:

- 6.** DIRITTO ALLA CORTESIA: l'approccio di teleselling rientra nel contesto in cui una relazione deve avvenire all'insegna di un galateo sociale condiviso che permetta anche a due sconosciuti di rapportarsi secondo una condotta gentile;
- 7.** DIRITTO ALLA QUALITÀ: all'azienda è richiesta la capacità di implementare sistemi di gestione in grado di migliorare le prestazioni in termini di efficacia e di efficienza, per aumentare la soddisfazione dei clienti con un servizio di livello superiore;
- 8.** DIRITTO ALLA PAZIENZA: la pazienza è la facoltà umana che permette di rimandare la propria reazione alle avversità, mantenendo un atteggiamento neutro. Ogni utente contattato è diverso dall'altro e a ognuno deve essere concesso di valutare, approvare o rifiutare secondo i propri tempi;
- 9.** DIRITTO ALL'INFORMAZIONE CORRETTA: caratterizzata da completezza e correttezza, la veicolazione dell'informazione deve mettere l'utente nella condizione di compiere le sue valutazioni;
- 10.** DIRITTO ALLA FLESSIBILITÀ: per garantire qualità nel servizio e ragionevolezza nel rapporto con gli utenti è necessario sapersi adattare alle loro richieste e rispettarne le convinzioni.