

Barbara Coralli

MEMBRO ASSOCIATO
SYNDICAT DU
MARKETING
TÉLÉPHONIQUE

S·T·U·D·I·O
TELEMACO
COMUNICAZIONE

Le nuove frontiere del telemarketing

di Barbara Coralli

Publicato su DM&C n. 6 - luglio/agosto 1992

Una videoconferenza, collegando via satellite Milano con Parigi, ha invitato gli operatori del telemarketing a riflettere sulla dimensione europea della professione

Telemaco Strategie, società milanese operante nel settore del telemarketing e SMT-Syndicat du Marketing Téléphonique, l'organismo francese accreditato per la diffusione e il controllo dello standard qualitativo del servizio che riunisce società internazionali di telemarketing e del quale Telemaco Strategie è membro delegato per l'Italia, hanno organizzato una videoconferenza in collegamento via satellite Milano-Parigi. Lo scopo era invitare gli operatori del settore a riflettere sull'importanza della qualità del servizio e sulla dimensione europea della professione e per offrire alle aziende, ovvero agli utenti, una visione chiara e aggiornata dei risultati ottenuti e delle prospettive di sviluppo del telemarketing in Europa. Barbara Coralli, fondatrice e Direttore Generale di Telemaco Strategie e Sophie de Menthon, Presidente di SMT e di Multilignes, società francese di telemarketing, sono le promotrici dell'evento al quale hanno preso parte, per l'Italia e per la Francia, esponenti del mondo della comunicazione, personaggi politici, rappresentanti del mondo aziendale e operatori di telemarketing.

All'ordine del giorno sono stati temi di estrema rilevanza quali la diffusione di un codice deontologico (vedere box) volto a garantire la qualità delle operazioni di telemarketing e a tutelare le aziende che ne fanno uso come strumento mirato ed efficace di comunicazione; la costituzione di una federazione europea che riunisca le società di telemarketing per consentire una gestione unificata e sinergica dei dati ed uno scambio di know-how tra le aziende aderenti; la creazione di una legislazione vera e propria che apporti chiarezza e unitarietà ai metodi utilizzati; la presentazione di un progetto di formazione promosso da Telemaco e rivolto da un lato alle aziende di telemarketing che intendono elevare il livello qualitativo delle proprie azioni per migliorarne la redditività e dall'altro agli operatori telefonici che potranno così apprendere un metodo rigoroso ed efficace o perfezionare la propria professionalità.

Infine, a conclusione dell'incontro, l'analisi comparata della diffusione e dello sviluppo del telemarketing in Francia e in Italia e le previsioni e crescita in Europa.

Abbiamo incontrato Barbara Coralli e le abbiamo rivolto alcune domande sulla sua professione e sullo svolgimento della videoconferenza.



PIAZZA BOTTINI, 3
20133 MILANO
T.+FAX 02-70634242
T. 02-2664084
P. IVA 11180010156



DM *Da quanto tempo si occupa di marketing ?*

BC Da oltre 11 anni lavoro con l'intento di mettere a punto l'arte di comunicare per mezzo del telefono, cercando, senza risparmiarmi, d'incrementare l'utilizzo di questo mezzo che ha ancora tanto da dare.

Mentre in vari paesi d'Europa l'ampia diffusione del telemarketing è una realtà che produce sempre più vasti giri d'affari, in Italia ha esordito in sordina e solo ora si avvertono i segni di una inversione di tendenza. Questo è uno principali motivi che mi hanno spinto a cercare oltre confine altri interlocutori.

Cosa fare per sbloccare appunto una situazione dai risultati tanto promettenti e che pure stenta a decollare? Mi sono rivolta, non certo per esterofilia alla Francia che, tra i paesi più vicini è quello che ha saputo meglio utilizzare e sviluppare il telemarketing.

DM *Cosa si aspetta principalmente da questa iniziativa ?*

BC Quello che mi auguro vivamente è che questi sforzi non cadano nel nulla e che presto molti colgano l'opportunità di aprire non solo le frontiere, ma anche la mente ed il modo di intendere l'attività. Un ampliamento dello spazio vitale e dell'interscambio di idee ed esperienze per crescere bene e velocemente contribuendo tutti allo sviluppo anche in Italia di questo formidabile mezzo di incremento d'affari, ma soprattutto per una nuova qualità e solidità di rapporti fra produttori e consumatori, con esigenze sempre crescenti e che non possono essere disattese. Tutto questo è possibile solo modificando l'attuale tendenza all'improvvisazione: ora abbiamo il modo di dialogare con chi ha già vissuto e superato le stesse difficoltà a contattare un mercato ancora diffidente ed impreparato.

DM *Non è un risultato certo a breve termine...*

BC La strada è ancora lunga, quasi tutto è ancora da costruire; purtroppo il tempo è avaro ed invece la necessità di allinearsi al resto dell'Europa corre veloce, anche se pare che la maggioranza guardi al 1993 come ad un lontano, ipotetico futuro.





DM Come superare proprio questo problema del tempo?

BC E' vero che gli operatori del telemarketing non possono permettersi di assentarsi troppo spesso e troppo a lungo dalle sedi operative, ma poiché è altrettanto vero che non si può crescere restando nel guscio, ho cercato una soluzione che ci consentisse di incontrarci senza troppo sacrificare la necessaria presenza operativa.

I supporti telematici ci hanno offerto l'opportunità di coniugare la necessità di informazione e aggiornamento con le esigenze operative tramite incontri via satellite : la videoconferenza ha dato il via a quella che speriamo sia la prima di una lunga serie. L'incontro si è svolto in un'atmosfera: cordiale e colma di voglia di fare, e per "fare" intendo proprio voler confrontare le rispettive esperienze e difficoltà per un'attività nuova, per la quale manca ancora una base culturale e soprattutto alla quale ci sia avvicina credendo -a torto- di potersi accordare con superficialità.

DM In quale modo misurare la qualità del telemarketing ?

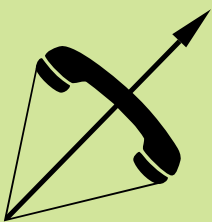
BC La qualità del servizio è determinata anche da un solido lavoro di qualità. Il telemarketing è un'attività complessa e forse proprio qui sta il suo fascino : l'entusiasmo di lanciarsi ogni volta in una nuova sfida e la soddisfazione di raggiungere l'obiettivo... e di obiettivi, in tanti anni di lavoro, ne ho raggiunti parecchi: questo mi ha spinto ad avanzare nonostante le difficoltà.

Le potenzialità di questo lavoro sono vastissime e per la maggior parte ancora inesplorate; dunque, perché lasciare che vengano frenate solo a causa del nostro ben noto individualismo?

DM Non si può non notare il grande entusiasmo per la sua attività ...

BC "Entusiasmo" che ricorre e traspare spesso nei miei discorsi, perché ne occorre molto per affrontare una battaglia così impegnativa, il cui scopo principale è quello di offrire anche agli operatori economici italiani un servizio che oggi in Francia rappresenta uno dei supporti principali per lo sviluppo economico.

Abbiamo ancora tutta un'immagine da costruire, una cultura da inventare ed una grande diffidenza da dissipare e per farlo - è persino banale ribadirlo - l'unica arma è l'alta professionalità. È chiaro che in un'ora di collegamento nessuno si aspettava più di quanto è avvenuto, ovvero 45 minuti di collegamento tra persone che parlano lo stesso linguaggio e che hanno gli stessi scopi.





DM Come si è conclusa la videoconferenza ?

BC Tra i punti all'ordine del giorno c'era il progetto federativo europeo per le nostre associazioni di categoria e le prospettive di sviluppo; qualcuno sorride sul futuro dell'Europa unita e i più ottimisti affermano che al massimo è cosa che riguarderà i loro figli, ma per fortuna c'è anche chi accetta di lavorare e lottare per porre le basi di qualcosa che non vedrà compiuto, da lasciare in eredità al futuro. Credo di interpretare un desiderio non solo mio ringraziando persone come queste, che con i loro sforzi hanno consentito alla razza umana di evolversi e creare cultura e civiltà.... discutibili? Può darsi, ma sempre meglio di vivere sugli alberi. In quanto al resto... c'è ancora tempo! Noi non vedremo l'umanità raggiungere i più alti livelli di civiltà, ma possiamo dare il nostro contributo al suo avanzamento: millimetrico, certo, ma i lunghi percorsi sono formati da millimetri. Ad ognuno il suo.

web: www.studiotelemaco.it

mail: contatto@studiotelemaco.it

tel. +39.02.2664084

permalink: <http://www.studiotelemaco.it/articoli/le-nuove-frontiere-del-telemarketing.pdf>

Altri articoli:

Attenti ai sistemi automatizzati -> HTML -> PDF





CODICE DEONTOLOGICO

del Sindacato del Marketing Telefonico francese

Art 1 - Non si effettuerà nessun tipo di sollecitazione commerciale a casa di un privato, ad eccezione dei casi in cui esista un rapporto già stabilito precedentemente fra la società ed il privato, o quello in cui quest'ultimo sia già cliente della ditta. Questo non si applica ad inchieste, test, tematiche di interesse nazionale, operazioni senza scopo di lucro.

Art. 2 - I Membri dell'Associazione (Syndacat du Marketing Tèlèphonique) si impegnano a non usare apparecchi per l'emissione automatiche di chiamate nell'ambito di richieste commerciali (in accordo con la Commissione Informatica e Libertà).

Art. 3 - La metodologia e l'argomentazione impiegate saranno sotto la responsabilità congiunta della società di telemarketing e del suo cliente.

Art. 4 - L'argomentazione dovrà descrivere esattamente e con precisione il prodotto od il servizio offerto.

Art. 5 - Le società che aderiscono all'Associazione e che operano per telefono devono immediatamente chiamare e senza contestazione cancellare dal loro schedario i potenziali clienti e gli intervistati che non desiderano essere più chiamati.

Art.6 - Le informazioni ottenute nel corso delle conversazioni presso privati durante le inchieste telefoniche non devono mai essere oggetto di transazioni commerciali (vendita schedari od informazioni, ecc).

Art. 7 - Le disposizioni della legge SCRIVENER si applicano alle ordinazioni prese per telefono e lasciano dunque al consumatore la possibilità di rimandare indietro il prodotto o di rifiutarlo entro un termine prefissato dalla legge.

Art. 8 - I minori saranno intervistati solo con la preliminare autorizzazione dei genitori e non saranno mai oggetto di sollecitazioni commerciali.

Art. 9 - Le chiamate devono essere fatte da personale qualificato e addestrato, sotto controllo costante.