

Agenda

- n [Telecommerce dagen](#)
- n [Bestuursvergadering](#)



Telecommerce dagen

24, 25, 26 April, Telecommerce dagen, Jaarbeurs te Utrecht



Bestuursvergadering

Dinsdag 15 mei, 10.00-12.30 uur, bestuur, WGCC te Leidschendam



Index

- n [Nederland koopt massaal via de telefoon](#)
- n [Grootste callcenterverenigingen bundelen krachten](#)
- n [Unamic behaalt ISO Certificaat](#)
- n [Intelli-g woensdag 6 juni 2007 09.30- 18.30 uur te Utrecht.](#)
- n [Britse cc-markt groeit ondanks offshoring flink door](#)



Nederland koopt massaal via de telefoon

Nederlanders kopen massaal producten per telefoon. In 2005 was het jaarbedrag in ons land al 5,2 miljard euro en dat is vorig jaar met zeker 10 procent gestegen. Afgelopen week maakte het Economisch Instituut Midden en Kleinbedrijf (EIM) de cijfers in Den Haag bekend.

[top](#)



Grootste callcenterverenigingen bundelen krachten

De Vereniging Contactcenters Nederland (VCN) en de werkgeversvereniging Callcenters (WGCC) hebben besloten om hun krachten in een federatieve samenwerking te bundelen. Deze federatie, waarin een groot deel van het Nederlandse bedrijfsleven haar callcenteractiviteiten vertegenwoordigd ziet, behartigt de belangen van de branche naar het publiek, de media en de politiek.

De callcenterbranche is één van de economische motoren van ons land. De toenemende professionalisering en kwaliteitsborging van de dienstverlening zijn van wezenlijk belang voor het economisch groeipotentieel. De federatie wordt een professioneel orgaan dat de sector ondersteunt en vertegenwoordigt op tal van terreinen. WGCC en VCN willen hiermee versnippering in de branche en het vak over vele verenigingen tegen gaan.

Wat biedt de federatie?

Hoofdtaken van de nieuw gevormde Federatie zullen zijn:

1. verzamelen, ontsluiten en creëren van kennis, kunde en know-how op het gebied van de callcenterbranche
2. customer care
3. professionalisering van de branche en/of het vak
4. opbouw en onderhoud van netwerken
5. belangenbehartiging naar consument, politiek en media

Ambitie

WGCC en VCN richten met de Federatie één orgaan op dat de branche op alle hierboven genoemde vlakken zal (ver)binden.

De Federatie krijgt een professioneel bestuursapparaat en wordt aanspreekpunt voor de branche, de werkgevers en werknemers, voor media, politiek en consument.

Hoe

VCN en WGCC realiseren zich dat vooralsnog belangenbehartiging voor zowel facilitaire als inhouse contactcenters lastig onder één gemeenschappelijke noemer te brengen zullen zijn.

Daarom zal de samenwerking eerst vormgegeven worden op de gebieden kennisdeling en professionalisering, waarmee samenvoeging van de netwerken ook vorm krijgt.

Een professionele adviesorganisatie zal ingeschakeld worden om alle mogelijkheden te onderzoeken en VCN en WGCC een advies te geven over de samenwerkingsvorm, het te volgen tijdspad e.d.. Tevens is de opdracht om ook de andere verenigingen te benaderen, opdat ook hun op- en aanmerkingen meegewogen worden en zo het draagvlak voor het slotadvies zo breed mogelijk wordt gedragen.



Unamic behaald ISO Certificaat

Unamic, één van de snelst groeiende dienstverleners op het gebied van Business Process Outsourcing (BPO) in Nederland, heeft na een externe audit het ISO Certificaat behaald. Auditor A. Johns van SGS beoordeelt de processen binnen Unamic als helder en transparant.

Uit het Audit Rapport blijkt dat Auditor Johns onder de indruk is van de gang van zaken bij Unamic: 'Unamic wordt door mij beleefd als een mensenbedrijf. De directie gaat zorgvuldig om met de balans tussen het welzijn van de medewerkers en de belangen van de organisatie'.

Voor Unamic betekent de toekenning van het ISO Certificaat veel. Directeur Jeroen ten Haave: 'wij bevinden ons momenteel in een dynamische periode, waarin wij hard groeien. Net als onze klanten willen wij kwaliteit nooit uit het oog verliezen. De ISO certificering is hierin een belangrijke stap.'

ISO

Het ISO Certificaat is een internationaal keurmerk voor het kwaliteitsmanagementsysteem. Het certificaat waarborgt dat een bedrijf in staat is gemaakte afspraken met de klant na te komen. Concreet houdt dat in: 'zeggen wat je doet, doen wat je zegt en dat bewijzen'.



Intelli-g woensdag 6 juni 2007 09.30- 18.30 uur te Utrecht.

Ondersteund door verschillende brancheorganisaties en leidende bedrijven, heeft dit evenement inmiddels een hoge status bereikt. Meer dan 200 executives en personen uit het hoger management waren vorig jaar aanwezig.

Het speciale thema 'leading innovation' is gericht op leadgeneratie en stimulering van business innovatie in zowel de B2B als de B2C markt. Verscheidende interessante casestudies vanuit productie, proces, consumentenindustrieën en de telecom, technologie en zakelijke dienstensector worden aan u gepresenteerd.

Deze conferentie stelt u in staat doeltreffend beslissingen te nemen en betere resultaten te behalen uit uw leadgeneratie trajecten door de juiste inzet van marketing- en verkoopkanalen. Daarbij wisselt u kennis uit met dé experts en beslissers in inkoop, marketing en sales!



Britse cc-markt groeit ondanks offshoring flink door

Meer dan 54.000 nieuwe callcenterbanen kwamen er in het Verenigd Koninkrijk vorig jaar bij. Daarmee lijkt de branche niet wakker te liggen van de effecten van offshoring.

Sector groeit

Uit nieuw onderzoek blijkt dat de de Britse contactcenterindustrie nu een waarde vertegenwoordigd van 20 miljard pond, ruim 29,5 miljard euro. Tegen het einde van dit jaar zouden een miljoen Britten in deze sector werkzaam zijn. Het onderzoek van ContactBabel, UK Contact Centres in 2007: The State of the Industry, is gebaseerd op de antwoorden van 3.600 Britse organisaties. Volgens CCF betekent dit dat de sector in 2006 met 6 procent gegroeid is. Het onderzoek zegt dat India en andere landen weinig effect hebben op de Britse contactcenterindustrie in zijn geheel.

2010

ContactBabel voorspelt dat de Britse cc-industrie in 2010 30 miljard Britse pond vertegenwoordigd, en dat ruim 1.150.000 mensen in de sector werkzaam zullen zijn. 'De contactcenterindustrie blijft constant groeien, voornamelijk door uitbreiding van bestaande operaties, in plaats van de opening van nieuwe contactcenters', legt Steve Morrell, analist bij ContactBabel, uit. 'Zoals we vorig jaar al voorspelden, heeft offshoring in India en andere landen, zoals Zuid Afrika en Oost Europa, nie the negatieve

effect dat anderen verwachtten gehad. Het aantal nieuwe offshore-opdrachten neemt af. In 2006 kondigden een aantal grote bedrijven aan terug te keren naar de UK. De cc-industrie zal dus de komende vijf jaar constant groeien. ^

Geografisch

Uit de geografische analyses van het jaarlijkse onderzoek blijkt dat Noord-Oost, Noord-West, Schotland en Yorkshire het meest afhankelijk zijn van de contactcenters. Volgens Morrell beslaat het werk in contactcenters bijna vijf procent van de banen in het Noorden van Groot Brittannië en Schotland.

^ Koud bellen op retour ^

Wetgeving tegen koud bellen begint in Engeland vruchten af te werpen. Voor het eerst sinds het fenomeen in kaart wordt gebracht is het aantal koude telefoontjes, verricht of uitgevoerd door contactcenters minder dan het jaar ervoor. Outbound calling-activiteiten als percentage van alle verrichte telefoongesprekken daalde voor het tweede jaar op rij naar 29.1 procent in 2006. In 2005 was dat nog 32.9 procent.

Volgens de opstellers van het rapport 'UK Contact Centres in 2007: The State of the Industry (5th edition)', uitgebracht door onderzoeksbureau ContactBabel, is de terugtocht van cold calling onafwendbaar, zeker nu het inzicht doordringt dat het fenomeen schadelijk kan zijn voor de reputatie van bedrijven. Steve Morrell, principal analyst bij ContactBabel: ^ Cold calling wordt in toenemende mate beschouwd als ouderwets, duur en een gevaar voor de reputatie van bedrijven. Wetgeving, zowel op landelijk als Europees niveau heeft bijgedragen aan afname van ongewenste sales-gesprekken, maar outbound als geheel heeft zeker nog een belangrijke positie in de branche. ^

Morell noemt outbound value-added service als aanstaand en sterk differentiatiemiddel: Denk daarbij aan ondernemingen die klanten erop wijzen dat krediet limieten in zicht komen of informatie over last minute-vluchten. Klanten kunnen dat bijzonder op prijs stellen en de onderneming belonen met loyaliteit. We verwachten wel dat cross selling en reclame deel gaan uitmaken van zulke diensten als prijs die consumenten ervoor betalen. De helft van alle Engelse huishoudens is geregistreerd bij de Telephony Preference Service, waarmee consumenten aangeven geen outbound salesgesprekken te willen ontvangen.

[top](#)



COLOFON

Voor nadere informatie over artikelen in deze nieuwsbrief kunt u contact opnemen met:

Werkgeversvereniging Callcenters (WGCC)

Overgoo 11
Postbus 262
2260 AG Leidschendam
tel. 070-3206744
fax. 070-3179600
e-mail info@wgcc.nl

Aan verspreiding van deze nieuwsbrief zijn geen kosten verbonden. Verdere verspreiding van deze nieuwsbrief binnen de eigen organisatie is toegestaan. WGCC aanvaard geen enkele aansprakelijkheid voor schade die voortvloeit uit eventuele fouten of onjuistheden in deze uitgave. Ook kunnen aan de inhoud van deze uitgave geen rechten worden ontleend.