



Agenda

- n [Bestuursvergadering](#)
- n [Netwerk Opleiders,](#)
- n [Netwerk P&O-ers](#)
- n [Callcenter Golftournooi](#)
- n [Bestuursvergadering](#)
- n [Randytsad Callflex](#)
- n [Ledenvergadering](#)
- n [Randstad Callflex](#)
- n [Mini-Seminar CAO](#)



Bestuursvergadering

Dinsdag 28 augustus,
bestuursvergadering, 10.00-12.30
uur, te Leidschendam



Netwerk Opleiders,

Woensdag 5 september, Netwerk
Opleiders, 10:00-12:30 uur,
Unamic te Almere



Netwerk P&O-ers

Woensdag 5 september, Netwerk
P&O-ers, 12:30-14:00 uur,
Unamic te Almere



Callcenter Golftournooi

Vrijdag 14 september, Callcenter,
Golftournooi, datum en locatie
nog nader te bepalen



Bestuursvergadering

Randytsad Callflex
Dinsdag 25 september, bestuur
Randstad Callflex, 12:00-14:00
uur, te Amsterdam



Ledenvergadering Randstad Callflex

Dinsdag 26 september, Leden
Randstad Callflex, 14:00-17:00
uur, te Amsterdam



Index

- n [De woordvoerder voert het woord \(Auteur Herman Nieuwenhuis\)](#)
- n [Overheid legt de `telefoonterreur` aan banden](#)
- n [Infofilter een farce?](#)
- n [Interview met Herman Nieuwenhuis: `Geen blind beleid tegen telemarketing`](#)
- n [CAO Algemeen verbindend verkaart](#)
- n [WGCC EVENT!!!](#)



De woordvoerder voert het woord (Auteur Herman Nieuwenhuis)

Afgelopen zomervakantie hebben wij ons als WGCC eens kunnen beraden op discrepanties tussen 5, 2 miljard telefonische aankopen en 90% geïrriteerde consumenten. Eén antwoord in deze puzzel ligt natuurlijk in een ander belangrijk percentage: bijna 50% van de consumenten zeggen zich niet in te zullen schrijven in Infofilter. Maar ondanks alle mogelijke verweer is het ook de meest gestaalde telemarketeer duidelijk dat consumentenirritatie en de aanhoudende maatschappelijke en politieke afkeuring niet garant staan voor een goede outbound businesscase. Dat echter outbound toekomst heeft staat voor ons als een paal boven water. Dat dit succesvolle kanaal meer en meer onderdeel zal vormen van de totale mix ook. En dan bedoel ik niet alleen de DM-mix, maar zeker ook telemarketing als onlosmakelijk onderdeel van de customer care, al dan niet geoutsourced naar een evenwichtig strategisch totaalpakket.

De uitdaging voor onze leden ligt in belangrijke mate in creatief ondernemerschap. WGCC-bedrijven bellen niet Nederland plat, maar ontwikkelen zich meer en meer tot bedenkers van telefooncampagnes. Daarmee beantwoorden ze een hele belangrijke vraag: Hoe maak je telemarketing leuk voor de consument? In een tijd waarin interactiviteit één van de belangrijkste eisen aan communicatie is, dienen één op één gesprekken gekoesterd te worden. Door het bedrijfsleven én de consument. Want veel gebeld worden is uiteindelijk nog altijd leuker dan nooit gebeld worden! Maar dan moet men wel direct plezier beleven. Iedereen ziet wel eens een STER-spot die blijft hangen. Omdat die er in onderhoudendheid of humor bovenuit springt. Zo moet het ook gaan met Telemarketing. Mooie en onderhoudende calls. En als je dan als consument nog niet gebeld bent door VodaTeleOxxbound ben je een loser.

[top](#)

(Bron: Auteur Herman Nieuwenhuis)



Overheid legt de `telefoonterreur` aan banden

Telemarketingbedrijven staat straks een boete te wachten als ze mensen bellen die daar niet van gediend zijn. Economisch Onderzoek blijkt dat negen van de tien consumenten niet op de telefoontjes zit te wachten. Ongevraagd bellen onder etenstijd wordt volgens het onderzoek als het meest storend ervaren en als inbreuk op de privacy gezien. De aangeboden producten sluiten meestal niet aan op de behoeften.

De Consumentenbond is daarom blij met het voorstel van Heemskerk.

„Dit is een prachtig voorbeeld van hoe de consument directe invloed kan hebben op wetgeving”, zegt een woordvoerder.

Op een actie van de bond tegen `telefoonterreur` in 2005 kwamen 6.700 reacties, die werden doorgestuurd naar de toenmalige staatssecretaris van Economische Zaken.

Mensen die niet ongevraagd gebeld willen worden, kunnen dat melden bij

Mini-Seminair CAO

Donderdag 27 september, Mini-Seminar CAO facilitaire callcenters, 14:00-16:30 uur, te Den Haag



stichting Infofilter. Alleen leden van de vereniging van callcenters WGCC zijn overigens verplicht dit register te raadplegen.

De branchevereniging heeft een gedragscode waaraan de meeste telemarketingbedrijven zich zeggen te houden. De overlast wordt volgens SEO veroorzaakt door een aantal kleine `cowboys`. Volgens een woordvoerder van de OPTA komt ongeveer eentiende van de ontvangen klachten van mensen die zich bij Infofilter hebben aangemeld en toch door bedrijven worden gebeld. Bestuursvoorzitter Paul Nouwen van Infofilter zegt „totaal verrast“ te zijn door de plannen van Heemskerk. Volgens hem raadpleegt 95 procent van de telemarketeers zijn register al. Het is hooguit de verzekeringstussenpersoon op de hoek van de straat die mensen dan nog lastig valt. Door zijn stichting te passeren, jaagt de regering volgens hem „met een straaljager op een mug“.Mensen die niet gebeld willen worden en dat aan Infofilter laten weten, krijgen in dat register een `vlaggetje` achter hun naam. Twee miljoen mensen maken gebruik van de dienst.

In Nederland zijn 1.800 telemarketingbedrijven actief. Vanaf midden jaren negentig is dat aantal sterk gegroeid. In de branche werken ongeveer 170.000 mensen, na Ierland het hoogste aantal van Europa. Een woordvoerder van branchevereniging WGCC zegt dat een derde van de consumenten die zich bij Infofilter melden geen volledige blokkade wil. Telefonische verkoop heeft immers een functie: „Er wordt per jaar voor 5,2 miljard euro per telefoon gekocht. Een op de tien telefoontjes leidt tot een verkoop.“Met de regeling wil Heemskerk volgens een woordvoerder van het ministerie van Economische Zaken vooral de bedrijven die zich niet aan de gedragscode houden aanpakken. „De branche heeft de tijd gehad om dit aan te pakken. De regeling die er nu is, vindt de staatssecretaris te vrijblijvend en niet effectief.“ Wanneer Heemskerks voorstel naar de Tweede Kamer gaat, is nog niet duidelijk.

Cold calls zijn storend

Na colportage vinden Nederlanders telefonische benadering de storendste vorm van direct marketing, zo blijkt uit onderzoek dat het ministerie van Economische Zaken heeft laten uitvoeren. Het gaat dan om telefoontjes van een bedrijf waar men geen relatie mee heeft, ofwel cold calling. Ruim 90 procent vindt dit storend. Mensen ervaren cold calls als een inbreuk op de privacy, en ze komen op een ongelegen moment. Ook hebben ze niet de indruk dat de beller actief aanbiedt voortaan niet meer te bellen. Een op de drie consumenten kent Infofilter, een dienst om niet meer gebeld te worden. Van de mensen die hier staan ingeschreven, zegt 13 procent sindsdien niet minder of zelfs vaker te zijn gebeld.

[top](#)

(Bron: NRC)



Infofilter een farce?

Infofilter wordt vervangen door wetgeving. Staatssecretaris Frank Heemskerk (EZ) maakte vorige week bekend dat hij werkt aan een wettelijk verplicht `bel me niet`-register dat de zelfregulering in telemarketing moet vervangen. Een harde klap voor de partijen die zich de afgelopen tijd hebben hardgemaakt voor Infofilter, zoals DDMA en WGCC. Heeft de branche van telemarketeers gefaald en dit aan zichzelf te danken?

Cynthia Heijne, woordvoerder van de OPTA: “ik heb de stelling voorgelegd. Staatssecretaris Heemskerk is nog met de definitieve invulling van zijn voornemen bezig, wij weten nog niet wat dit voor ons en Infofilter concreet gaat betekenen. Dit moeten wij eerst afwachten voordat we kunnen reageren op deze stelling.”

Peter van Buijtene, directeur Infofilter: “De zelfregulering heeft absoluut niet gefaald, maar was juist nog vol in ontwikkeling. Ik denk dat iedereen verrast is door de uitspraken van Heemskerk. Wij hebben met het ministerie samengewerkt aan het onderzoek naar irritatie. De staatssecretaris weet dat deze al jaren stabiel is en ik denk dat hij middel en doel door elkaar haalt. Het doel is om de irritatie omlaag te krijgen en wie Bel-me-niet intoetst, weet datje bij Infofilter uitkomt. Onze naamsbekendheid groeit met 33 procent per jaar. Er zijn twee miljoen consumenten bij ons geregistreerd. Ik wil het probleem niet bagatelliseren, maar wetgeving is niet altijd de oplossing.”

[top](#)

(Bron: Adformatie)



Interview met Herman Nieuwenhuis: ` Geen blind beleid tegen telemarketing

Staatssecretaris Heemskerk van Economische Zaken wil snel een einde aan de ` telefoongerelateerde ` . Hij werkt aan een bel-me-niet-register dat telemarketeers straks verplicht moeten raadplegen. Herman Nieuwenhuis heeft nog alle vertrouwen in de aanpak van de branche zelf.

Verrast?

"Zeker. Maar vooral ook verbijsterd. Ik zit namens de WGCC (Werkgeversvereniging Callcenters, red.) en de Consumentenlijn Telemarketing in de begeleidingscommissie voor het onderzoek naar telemarketing van het ministerie van Economische Zaken. We waren nog met het ministerie in gesprek over de conclusies van het onderzoek en dan nu ineens dit." Het merendeel van de mensen zit met te wachten op telemarketing "Als je mensen vraagt of ze telemarketing vervelend vinden, zullen velen daarop ` ja ` antwoorden. Daar staat tegenover dat veel mensen via de telefoon kopen. Maar een groot deel van hen ` vergeet ` dat weer. De cijfers van onderzoeksinstituut EIM leveren het bewijs. Die laten zien dat vorig jaar voor 5,2 miljard euro via de telefoon werd verkocht. Dat is wel twee keer zoveel als via internet."

Waarom vasthouden aan een middel dat door velen wordt verfoeid?

"Telemarketing is voor bedrijven een belangrijk afzetkanaal, omdat je zo veel mensen kunt bereiken. Weet je: dezelfde politiek die nu maatregelen wil nemen, is tegelijk bezig grote markten vrij te geven Dit met het oog op een grotere keuzevrijheid en lagere prijzen voor de consument. Maar daarvoor kun je niet zonder telemarketing. Economische Zaken zou daarmee meer rekening moeten houden, in plaats van blind beleid te maken op basis van onwetenschappelijke aannames over irritatie en de effectiviteit van zelfregulering."

U blijft overtuigd van uw gelijk..

"Absoluut. Het bedrijfsleven heeft de afgelopen tijd tal van initiatieven ontplooid om tegemoet te komen aan de bezwaren tegen telemarketing. Zoals de Consumentenlijn Telemarketing, codes en richtlijnen, de Telemarketing Bijsluiter en niet te vergeten de nieuwe mogelijkheid om je als consument af te meiden voor specifieke sectoren. En ook nu nog zijn we volop bezig om de zaken zo goed mogelijk te regelen. Dan is het zuur dat onze inspanningen ineens als onvoldoende worden afgedaan."

[top](#)

(Bron: Forum)



CAO Algemeen verbindend verklaard

De CAO voor de facilitaire callcenters is met ingang van 1 juli 2007 algemeen verbindend verklaard. Alle facilitaire callcenters in Nederland dienen zich nu te houden aan de bepalingen in de door FNV Bondgenoten, Qlix en de Werkgeversvereniging Callcenters (WGCC) afgesloten basis-CAO.

Bij de WGCC zijn de belangrijkste facilitaire callcenter ondernemingen van Nederland aangesloten. Nu de CAO algemeen verbindend is verklaard, zal deze ook gelden voor alle niet bij de WGCC aangesloten bedrijven. Daarmee is een passende bodem gelegd in de arbeidsvoorwaarden voor de medewerkers in deze bedrijfstak, agents genoemd.

Op 27 september a.s. 's middags zal in Den Haag tezamen met de vakbonden een mini-seminar over de inhoud van de CAO worden gehouden voor niet WGCC-leden facilitaire callcenters.

In de Staatscourant van 29 juni 2007 nr. 123 is het besluit tot algemeen verbindend verklaring gepubliceerd. De CAO-tekst is in boekvorm te koop bij de WGCC. De tekst van de algemeen verbindend verklaarde bepalingen is beschikbaar op www.wgcc.nl

[top](#)



WGCC EVENT!!!

Het is weer zover: ons jaarlijkse "WGCC-event" komt eraan!!!
Ons relatiefestijn zal net als vorig jaar in Zoetermeer plaatsvinden maar dit keer op een andere locatie (zie uitnodiging voor locatie, programma en routebeschrijving). Het belooft een mega ijskoud en sportief spektakel te worden.

Het advies aan de sportieve deelnemers is om in ieder geval het volgende mee te nemen:

- eigen skipak, handschoenen en dikke stokken;
- voor bril dragers een koordje om je bril vast te maken;
- voor mensen met contactlenzen, adviseren wij de reserve lenzen in te doen en een extra paar mee te nemen;
- voor dames met lang haar adviseren wij het haar goed in een staart vast te maken;
- wij adviseren iedereen om waardevolle spullen thuis te laten.

Wat u van ons kunt verwachten is het volgende:

- het materiaal zoals: schoenen, ski's, stokken of snowboard;
- verzekering voor de materialen en uzelf tijdens het skiën of snowboarden;
- instructie en lessen "skiën of snowboarden";
- heerlijk eten en drinken;
- onvergetelijke middag/avond.

Wij willen u erop wijzen dat u door uw opgave ook daadwerkelijk op dit event wordt verwacht. Afmeldingen dienen vóór 25 oktober 2007 plaats te vinden. U neemt vanzelfsprekend deel op onze kosten, maar mocht u niet aanwezig zijn en niet tijdig vóór deze datum hebben afgemeld, dan moet helaas een bedrag van € 100,- per persoon in rekening worden gebracht.

Programma WGCC Event 8 november Zoetermeer

14:45 - 15:30 uur Ontvangst & Welkom

15:30 - 16:00 uur Omkleden voor "Skiën/Snowboarden"

16:00 - 17:00 uur Instructie en lessen "Skiën/Snowboarden"

17:00 - 18:00 uur Vrij Skiën/Snowboarden

18:00 - 18:15 uur Omkleden & Opfrissen

18:15 - 19:00 uur Borrel in de bar

19:00 - 22:00 uur Diner

ca. 22:00 uur Einde

Wij zien er naar uit u allen te ontmoeten op 8 november a.s. bij "SnowWorld" in Zoetermeer.

[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.