

## **Praktische veranderingen herziening Code Telemarketing**

1. Inleiding
2. Herkenbaar uitbellen
3. Aanbieden Recht van verzet
4. Vereisten in gesprek voor telemarketeer
5. Bepalen klantrelatietermijn

### **Inleiding**

De afgelopen periode is telemarketing veel in het nieuws geweest. Er wordt vanuit de politiek veel nadruk gelegd op de irritatie die het gebruik van het kanaal bij de consument op zou wekken. Maatregelen moeten worden genomen om deze irritatie weg te nemen en het kanaal toekomstbestendig te maken; zowel door de politiek, maar zeker ook door de branche zelf.

Voorbeeld hiervan is het veranderen van een opt-out regime naar een opt-in regime.

Om te laten zien dat wij als branche het nemen van maatregelen serieus nemen leggen we deze vast in de Code Telemarketing. Hiermee borgen we dat het daadwerkelijk effect zal gaan hebben op de uitgevoerde telemarketing activiteiten.

In het begeleidend schrijven wordt er dieper op de veranderingen in gegaan. Om de implementatie beter te laten verlopen zijn hier ook een aantal best practices aan toegevoegd. Mochten er daarna nog vragen zijn dan kan iemand zich met deze vraag altijd wenden tot de commissie Telemarketing van de DDMA. Deze vragen mogen worden gestuurd naar [legal@ddma.nl](mailto:legal@ddma.nl).

### **Herkenbaar uitbellen**

Na invoering van de nieuwe Code Telemarketing is bij het uitbellen met een commerciële intentie verplicht om met een bekend nummer uit te bellen. Dit om de herkenbaarheid en de transparantie te vergroten. Onderstaand vind je een verdere verduidelijking van de Code Telemarketing en een aantal tips & tricks omtrent de implementatie.

#### **Uitgaand bellen met bekend nummer**

Vanuit de Code is geregeld dat je moet uitbellen met een bekend nummer, waarbij de consument geen onredelijke kosten heeft als men terugbelt. Een 0900/0909 nummer is daarom niet toegestaan. Je kan wel een 0800 (gratis voor de respondent) een 088 (lokaal tarief) of een regionaal nummer (interlokaal tarief) inzetten. LET OP: Stem met je provider af of dat mogelijk is en het gekozen 0800/088 nummer ook daadwerkelijk wordt doorgegeven naar een respondent met uitgaand bellen.

Als contactcenter gebruik je voor iedere opdrachtgever een ander nummer. Je kan dus niet 1 nummer voor al je opdrachtgevers gebruiken. Ook kan ervoor gekozen worden om per campagne of per contactcenter (indien er meerdere worden ingezet) een apart nummer te gebruiken. Wanneer een consument terugbelt moet namelijk duidelijk zijn voor welke campagne die is gebeld, zodat de consument gelijk te horen kan krijgen door welke adverteerder hij is gebeld.

#### *Tips*

- Voor contactcenters is het handig om per opdrachtgever een apart nummerblok van 10 of 100 nummers aan te schaffen bij je telecomprovider. De opdrachtgever kan dan indien gewenst het nummerblok op een later moment overnemen, zonder dat andere opdrachtgevers de nummer uit hetzelfde blok niet meer kunnen gebruiken.
- De verschillende telecomproviders gaan anders om met de voorwaarden van nummerblokken. Soms mag je alleen nummerblokken aanschaffen voor je eigen regio. Bij andere providers mag je ook een nummerblok aanschaffen voor de regio van je opdrachtgever/adverteerder. Het loont de moeite om te informeren bij verschillende providers.
- Door herkenbare nummers kan het komen dat nummers waarmee je belt online worden gezet en als spam worden bestempeld. Hier kun je niet veel tegen doen. Wel kun je de nummers waarmee je belt op jouw website zetten. Hou de vernieuwing en verandering in gebruikte

nummers dan wel goed bij zodat het altijd klopt. Zo weten consumenten dat die nummers veilig zijn en bouw je meer vertrouwen.

- Denk goed na over het belvolume: iedereen herkent je. Voor (gebruik van) callcenters is het goed om na te denken over het verspreiden van calls. Zijn er nog genoeg records om de dagen van de agents te vullen?

### *Trick*

- Als contactcenter maak je waarschijnlijk gebruik van meerdere providers vanuit redundantie oogpunt. Zorg ervoor dat je bij al je providers nummerblokken aanschaft en alvast koppelt aan je campagnes. Anders kan je tijdens een storing van je primary provider niet uitgaand bellen met je backup provider. Je moet per slot van rekening altijd met een bekend nummer uitbellen.

### **Opvangen verkeer n.a.v uitgaand bellen met bekend nummer**

Voor het opvangen van terugbellende consumenten is verplicht gesteld dat zij minimaal te horen krijgen wie er heeft gebeld, handelsnaam adverteerder, en hoe het recht van verzet tegen die adverteerder ingediend kan worden. Dit kan door een live agent opgevangen worden die deze informatie verstrekt, maar kan ook in een bandje worden aangeboden.

Via dit bandje vermeld je minimaal namens welke adverteerder/opdrachtgever is gebeld met het desbetreffende nummer. Verder moet je in het bandje of tijdens het gesprek vermelden hoe je je kan afmelden voor telemarketing, dit mag een verwijzing zijn. Het is dus niet verplicht dat dit ook via dit bandje ingesproken/verzocht kan worden.

LET OP, als je respondenten zich wel gelijk kunnen afmelden via het bandje, ben je uiteraard ook verplicht om deze afmelding te verwerken binnen de wettelijk gestelde termijn van 4 weken.

### *Best practice*

- Het is raadzaam (maar niet verplicht) om de calls n.a.v. uitgaand bellen met een bekend nummer, op te vangen met live agents. De mensen die je zelf wilde bereiken, bellen per slot rekening terug. Je kunt eerst een bandje af laten spelen met de naam van de adverteerder/opdrachtgever. Daarna kan de call doorverbonden worden naar een agent. De openingstijden voor de opvang door live agents zijn vrij in te richten.
- Het inzetten van een live agent terwijl je weinig belvolume hebt, is minder aantrekkelijk. Je kunt dan vrijwel nooit iemand van 9 tot 9 fulltime inzetten. Iemand lang laten wachten in een wachtrij is juist irritatieverhogend, je kunt dan beter voor een bandje kiezen.
- Je kunt ervoor kiezen om personen die terugbellen en herkend worden vooraan in de wachtrij te plaatsen.
- Vanuit zowel klantirritatie- als conversieoogpunt, is het belangrijk om te werken met acceptabele servicelevels. Lukt dit niet? Dan is het verstandig om de doorverbindingsoptie (tijdelijk) niet te gebruiken.

### *Tips*

- Het is handig om de return calls uit te laten komen bij het callcenter dat ook de outbound call heeft uitgevoerd. Het contactcenter in kwestie kan dan de saleskans benutten en is beter in staat om de respondent te blokkeren in de outbound dialer.
- Teken uit hoe de processen gaan bij het terugbellen: iemand belt terug met een nummer, hoe kun je dat nummer herkennen en (als er meerdere tegelijk lopen) in de juiste campagne plaatsen en opnemen met de juiste informatie of doorsturen naar het juiste bandje. Je kunt proberen te blenden tussen in- en outbound. Zoek het record op in de outbound en zet dat klaar voor de inbound. Dit is een technische regeling: als het mogelijk is binnen de gebruikte systemen is het een simpele aanpassing. Als het nog niet mogelijk is binnen de gebruikte systemen is dit een uitdaging.
- Idealiter vang je de inbound call op door middel van een blend oplossing. Deze oplossing zorgt ervoor dat dezelfde agents (als de outbound call) de inbound calls opvangen. Dit vergroot de efficiency en verhoogt de klanttevredenheid.

- Als je meerdere campagnes tegelijk voert, kun je er ook voor kiezen meerdere samen te voegen voor het terugbelvereiste. Dit moet goed worden besproken met het desbetreffende callcenter.

### *Trick*

- Als een respondent heeft teruggebeld, moet het contactcenter zo snel mogelijk (real/near time) de call uit de outbound-voorraad halen. Anders wordt de respondent alsnog outbound gebeld met klantirritatie en tijdverspilling als gevolg. Het is dan ook raadzaam om zaken te doen met contactcenterpartijen die hier de mogelijkheden voor hebben.

### *Ervaring (DDMA Commissie Telemarketing)*

- 10% tot 20% belt terug.
- Wanneer een bandje wordt gestart haakt ongeveer 80% af voordat het bandje is afgespeeld.
- Zodra er een daadwerkelijk gesprek komt (nadat de vereiste informatie is gegeven) is de conversie vrij hoog.
- Eerst een bandje af laten spelen en daarna pas een live agent aan de telefoon maakt dat ongeveer 80% afhaakt. Direct een live-agent laten opnemen maakt dat je meer personen aan de lijn krijgt, maar maakt (voor ons tot nu toe) niet per se dat er ook meer respons/conversie.

### **Recht van verzet of inschrijving BMNR bij een inbound call**

Indien een respondent terugbelt n.a.v. een outbound call, ben je NIET verplicht om aan het eind van het gesprek de BMNR/RVV IVR aan te bieden. De respondent neemt per slot rekening het initiatief voor het contactmoment.

### *Tip*

- Het is raadzaam om bij inbound calls wel BMNR/RVV IVR voor het RVV aan te bieden. De agent is dan namelijk gewend om deze optie altijd aan te bieden.
- Verwerkingstijd van verzet is maximaal vier weken. Als je weet dat een consument nog gebeld kan worden binnen deze verwerkingstijd nadat hij zijn recht van verzet heeft ingediend is het raadzaam om hier heel duidelijk en transparant over te zijn.
- LET OP, je bent wel verplicht om een RVV en/of BMNR inschrijving door een agent (en niet doorverbinden met een IVR) te laten verwerken als een respondent daar in het gesprek om vraagt.

### **Checklist contactcenter koppelen bekend nummer**

1. Nummerblokken per opdrachtgever bij al je providers bestellen
2. Nummers van alle providers koppelen aan outbound-campagne
3. Bandje instellen met naam opdrachtgever/adverteerder op de gekoppelde nummers

### **Checklist Contactcenter bij doorverbinden naar live agent**

1. Inbound-campagne inrichten, om call op te vangen
2. Koppeling met outbound dialer inrichten om respondenten die inbound afgehandeld zijn, (near/)real time te blokkeren voor outbound

## **Aanbieden Recht van verzet - Best Practice – Dynamische IVR**

In de oude CTM wordt in artikel 12 vermeld dat bij ieder gesprek (m.u.v. gesprekken waarin een concrete terugbelafsprake wordt gemaakt) de consument gewezen dient te worden op het Recht van Verzet en het Bel-me-niet register en dient de mogelijkheid tot het inschrijven in het register te worden geboden. Doel van dit artikel was de bescherming van de consument en het voorkomen van ongevraagde communicatie, kortom het verlagen van de consumentenirritatie. In de praktijk hebben we ervaren dat de verwijzing naar het RVV en BMNR veelal juist tot geïrriteerde reacties leidt.

Om die reden is artikel 12 in de herziene CTM aangepast, er is een belangrijke toevoeging gedaan; "tenzij de consument al in het Bel-me-niet register is opgenomen". Deze toevoeging biedt partijen de

kans om een dynamische IVR te creëren, waarbij hetgeen we aan het eind van het gesprek aanbieden, passend is bij de betreffende consument.

### Inrichting

Concreet dien je de beschikking te hebben over 2 verschillende IVR modules;

- Uitsluitend vermelding en registratie van het RVV
- Vermelding en registratie van zowel het RVV als het BMNR

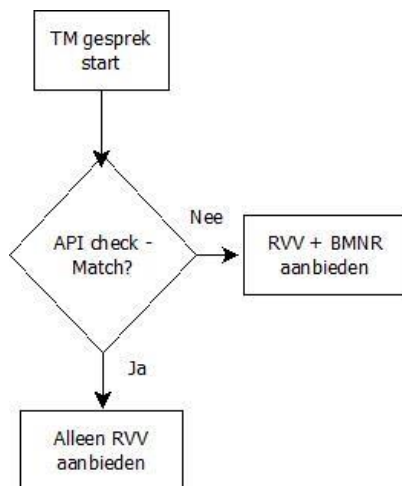
Indien de consument reeds ingeschreven staat in het BMNR dien je dit niet opnieuw aan te bieden, dit heeft immers geen toegevoegde waarde. In een dergelijke situatie is het afdoende om alleen het RVV aan te bieden middels de IVR.

Om te kunnen bepalen welke IVR je dient te koppelen aan de consument (het record) dien je gebruik te maken van het Bel-me-niet register. Hiervoor zijn verschillende oplossingen mogelijk;

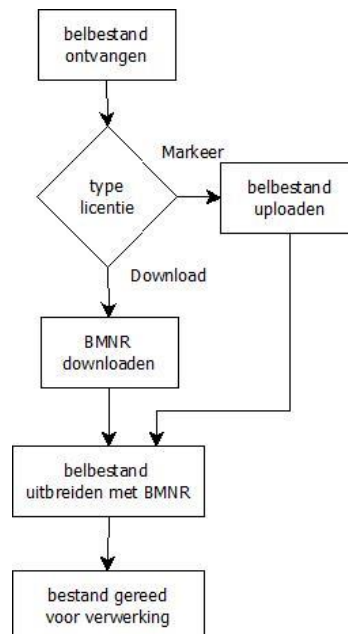
1. Middels een API kan tijdens het gesprek gecontroleerd worden of het gebelde nummer in het BMNR staat vermeld. Indien dit het geval is hoef je alleen de RVV aan te bieden middels je IVR. Is er geen registratie bekend, dan dien je zowel RVV als BMNR aan te bieden. Je kunt de API automatisch laten starten of je kunt deze middels een trigger van de agent starten.
2. Je kunt, afhankelijk van de omvang van het bestand, zowel gebruik maken van een markeerlicentie als een downloadlicentie, de laatste optie biedt een aantal voordelen. Je kunt door gebruik te maken van een downloadlicentie eenvoudiger al je bestanden, tot 4 weken, aanvullen met de codering voor de juiste IVR.

Het grote voordeel van een API koppeling is dat het, na de eenmalige ontwikkeling, aanzienlijk minder tijd kost dan wanneer je ieder bestand handmatig dient te markeren alvorens je kunt gaan bellen.

#### Optie 1 – API koppeling



#### Optie 2 – Handmatig markeren



#### Tip

- Verwerkingstijd van verzet is maximaal vier weken. Als je weet dat een consument nog gebeld kan worden binnen deze verwerkingstijd nadat hij zijn recht van verzet heeft ingediend is het raadzaam om hier heel duidelijk en transparant over te zijn.

### Vereisten in gesprek voor telemarketeer

Een telemarketeer mag nooit

- een voicemailsysteem of andere randapparatuur van de consument inspreken
- de IVR doorschakelen naar een voicemailsysteem
- consumenten oneerlijk of misleidend benaderen

- aanbiedingen doen aan personen onder de 16 jaar
- bellen buiten de tijden genoemd in artikel 9

Een telemarketeer dient altijd

- aan te geven wie de adverteerder is
- het commerciële, ideële of charitatieve oogmerk van het gesprek aan te geven, en als het daar niet uit volgt ook het doel van het gesprek
- te vragen of het telemarketinggesprek gelegen komt
- *indien* verwacht dat het gesprek langer dan 5 minuten gaat duren, aan te geven wat de vermoedelijke gespreksduur zal zijn
  
- onmiddellijk gehoor te geven *als* een consument te kennen geeft het gesprek tussentijds te willen beëindigen.
- *Indien* de consument aangeeft niet meer gebeld te willen worden (recht van verzet) de verzoeken handmatig te verwerken, de IVR mag dan niet alsnog worden ingezet. *Indien* de consument gebruik wenst te maken van de mogelijkheid tot opname in het Bel-me-niet register dient de telemarketeer het verzoek handmatig te verwerken, tenzij de consument al in het Bel-me-niet register is opgenomen, in dat geval dient de telemarketeer dit te duiden en het recht van verzet aan te bieden.

Een telemarketeer dient aan het einde van het gesprek

- de handelsnaam van de adverteerder te noemen die is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel.
- *Indien* er geen gebruik wordt gemaakt van een IVR: de consument te wijzen op het recht van verzet
- *Indien* er geen gebruik wordt gemaakt van een IVR: de mogelijkheid tot opname in het Bel-me-niet Register te bieden, tenzij de consument al is opgenomen.
- *Indien* er gebruik wordt gemaakt van een IVR: duidelijk en ondubbelzinnig aan te kondigen dat de consument zich via de IVR kan afmelden voor telemarketing.

## **Bepalen klantrelatietermijn**

Als je een klantrelatie hebt met een consument mag je die personen bellen zonder eerst te ontdubbelen met het Bel-me-niet Register. Een klantrelatie ontstaat als je aan de volgende voorwaarden voldoet:

- de verplichting tot een financiële transactie samen is ontstaan met het geven van zijn telefoonnummer.
- op het moment van registratie van het telefoonnummer is duidelijk geïnformeerd dat dit gebruikt zal worden om (commercieel) te bellen.
- de communicatie komt vanuit dezelfde juridische entiteit waaraan betaald is.
- De aanbieding alleen eigen en gelijksoortig met de aangekochte producten of diensten betreft, waarvan de ontvanger logischerwijs kan bedenken dat dit tot het aanbod hoort.

Hoelang je van deze uitzondering gebruik mag maken wordt duidelijk nadat de organisatiebelangen tegenover de (privacy)belangen van de klant zijn afgewogen. Dit is tot nu toe nooit in een wet of Code geregeld. Vanaf de ingang van de CTM 2020 moet iedere organisatie deze afweging maken met een *schriftelijke* balancing test. Een template van een balancing test is beschikbaar gesteld door DDMA.

Telemarketinggesprekken mogen in beginsel uiterlijk drie jaar na afloop van een lopende dienstenovereenkomst of na de laatste afname van een product of dienst plaatsvinden. Een uitzondering op de termijn van drie jaar kan aangevraagd worden bij de Commissie Klanttermijn (CKT). Deze opzet en de reglementen van deze Commissie zijn nog nader te bepalen.

*Tip*

- Denk niet na vanuit: wanneer is het voor mijn organisatie nog rendabel, maar neem als startpunt: wat verwacht onze (toekomstige) klant van ons?