

Gedragcode Telemarketing (GTM)

In deze Gedragcode voor Telemarketing (GTM) zijn de gedragsregels opgenomen die van toepassing zijn bij telemarketing door of namens leden van de brancheorganisatie DDMA en KSF. De GTM heeft tot doel dat telemarketing door de leden wordt ingezet op een verantwoorde manier zodat het vertrouwen van de consument in telemarketing niet wordt geschaad.

Definities

1. In deze Code worden dezelfde definities als in artikel 1 van de Code Telemarketing 2024 (CTM) verstaan. Daarnaast wordt verstaan onder:

"Predictive dialer": een predictive dialer is een computersysteem dat automatisch telefoongesprekken opzet en beantwoorde gesprekken direct doorschakelt naar een beschikbare *telemarketeer*.

"Abandoned call": een *telemarketinggesprek* dat wordt opgezet door een *predictive dia/er* maar waarvoor geen *telemarketeer* beschikbaar was, om de call vanuit de dialer naar door te verbinden, met als gevolg de totstandkoming van een verbinding met de *consument* zonder dat dit gesprek aan het callcenter wordt aangeboden.

"Bruto call": een door de dialer opgezette contactpoging

- II. Het opzetten van telemarketingacties gaat uit van het principe dat de "beller betaalt".

Wet- en regelgeving

- III. *Telemarketing* dient in overeenstemming te zijn met toepasselijke wet- en regelgeving, waaronder de Code Telemarketing 2024 en in het bijzonder maar niet beperkt tot de Telecommunicatiewet, Algemene Verordening Gegevensbescherming, de Wet Oneerlijke Handelspraktijken (BW Boek 6 titel 3 afdeling 3A) en de Wet verkoop op afstand (BW Boek 6 titel 5 afdeling 2B §3), voor zover deze *telemarketing* betreffen.

(Contractuele) Aansprakelijkheid

- IV. *Adverteerders* en *telemarketingbureaus* zijn beide verantwoordelijk voor het uitvoeren van *telemarketing* conform de toepasselijke wet- en regelgeving.
- V. Bij een klacht kan het bepaalde in de contractuele relatie tussen *adverteerder* en/of *telemarketingbureau* met betrekking tot de uitvoering van *telemarketing* - indien strijdig met of afwijkend van deze Code - een *consument* niet worden tegengeworpen.

Abandoned Calls

- VI. Het *telemarketingbureau* dient ervoor te zorgen dat het percentage *abandoned calls* per *adverteerder* gemiddeld niet meer bedraagt dan 5% per 24 uur op de *bruto calls* op de dialer.

Interactive Voice Response-systeem (IVR)

- VII. Er is een standaard *IVR* tekst opgesteld, waarmee de *consumenten* in de *IVR* gewezen wordt op het *recht van verzet*. Gebruik van **deze** tekst wordt dringend geadviseerd.

Indien er geen gebruik wordt gemaakt van een *IVR* of de *IVR* voorbeeldtekst niet wordt gebruikt, biedt het *telemarketingbureau/de adverteerder* minimaal de volgende informatie aan:

- De exacte statutaire naam of de bij de KvK geregistreerde handelsnaam van de uiteindelijke *adverteerder* te benoemen en een werkende URL waarop deze organisatie kan worden gevonden;
- Opt-out voor benadering door de *adverteerder* die de *consument* heeft benaderd;
- Opt-out voor benadering door de *adverteerder* die de *consument* heeft benaderd.

Training telemarketeers

VIII.

Training

- *Adverteerders* en *telemarketingbureaus* dienen er zorg voor te dragen dat *telemarketeers*, alvorens deze zelfstandig *telemarketing* mogen beoefenen, een training krijgen waarin de relevante wet- en regelgeving situationeel wordt uitgelegd. In deze training is minstens de volgende wetgeving en zelfregulering opgenomen: de Algemene Verordening Gegevensbescherming, de Wet Oneerlijke Handelspraktijken, wetgeving bij verkoop op afstand, de Code Telemarketing 2024 en de Gedragscode Telemarketing 2024 en eventueel branche specifieke wetgeving ter bescherming van (de privacy van) *consumenten*. Alleen die onderdelen behoeven te worden getraind die effect hebben op de werkzaamheden van de *telemarketeer*.
- *Adverteerders* en *telemarketingbureaus* dienen er zorg voor te dragen dat hun medewerkers worden getraind op gesprekstechnieken ter beheersing van consumentenirritatie bij *telemarketing*. Medewerkers dienen indien gewenst de *consument* uitleg te geven en te begeleiden bij zijn verzet.

- Een samenvatting van de Code Telemarketing 2024 (CTM) met daarin de zaken die tijdens het voeren van het *telemarketinggesprek* essentieel zijn, dient binnen handbereik van de *telemarketeer* te zijn.

Kennistoets

- De training is volbracht zodra deze is afgesloten met een behaalde kennistoets. De kennis dient eens per jaar getoetst te worden. De toetsing bevat eveneens alle hierboven genoemde wetgeving- en zelfregulering en een toetsing van de beheersing van consumentenirritatie bij *telemarketing*.

Toelichting

De relevante onderdelen van de Telecommunicatiewet zijn in ieder geval het recht van verzet, en de definitie van klantrelatie. Adverteerders en telemarketingbureaus zijn verantwoordelijk voor het toepassen van deze kennis in de gesprekken, zodanig dat de consument inhoudelijk correct en op de juiste wijze wordt geïnformeerd. Goed opgeleide medewerkers zijn getraind in de juiste gesprekstechnieken om irritatie te voorkomen waar mogelijk of om dit te managen waar nodig. Met trainingen zijn medewerkers met name beter voorbereid op vragen over het recht van verzet en kunnen zij de consument beter helpen zijn verzet in te vullen.

Overtreding van de Gedragsregels

IX

- Iedere overtreding van de gedragsregels door leden van de brancheverenigingen die deze GTM onderschrijven, zal ter beoordeling worden voorgelegd aan het bestuur van de verenigingen of een ander daartoe door de vereniging bevoegd orgaan.
- De brancheverenigingen zullen conform de statuten en/of eigen procedurele regels overtredingen sanctioneren.
- De brancheverenigingen kunnen overwegen tegen een lid een actie te starten teneinde de beroepsethiek te waarborgen.

De GTM treedt in werking op 15 oktober 2024 en zal een jaar na de inwerkingtreding worden geëvalueerd en waar nodig periodiek worden bijgesteld.