callnet.ch
Swiss Contact Center Association

callnet.ch / Association Suisse de Marketing Direct Code moral pour les activités télémarketing en commerce de détail (B2C)

I. Dispositions générales

Les membres de CallNet.ch et ceux de l'Association Suisse de Marketing Direct (SDV) se constituent, au travers du présent code moral, un cadre réglementaire pour leurs activités de télécommunication.

Ils s'engagent à respecter les prescriptions légales en vigueur – tout particulièrement la réglementation en matière de concurrence (la LCD et les principes de la commission pour la loyauté en publicité) et la protection des données.

Ils s'engagent à afficher un comportement honnête en matière de publicité et lors d'activités de démarchage.

Ils n'acceptent que les mandats pour lesquels ils possèdent les compétences, l'expérience, le personnel et l'infrastructure technique nécessaires et requis.

Ils s'appliquent à perpétuellement améliorer leurs connaissances, leurs capacités et leurs procédés, ainsi qu'à offrir et délivrer des performances, des délais et des devis réalistes.

Ils traitent avec la plus grande confidentialité tous les procédés internes des mandants, ainsi que les informations qui leur sont communiquées dans le cadre de leur activité.

Ils s'engagent à conseiller leurs mandants de manière professionnelle et compétente.

Ils refusent les mandats dont la forme, le contenu ou tout autre aspect apparent est contraire à la loi, ou va à l'encontre des principes éthiques et moraux.

II. Dispositions spéciales en matière de communication personnelle :

1. Les principes de vérité et de clarté

Au début de chaque appel effectué, l'agent doit décliner son nom, la raison social du mandant, ainsi que la raison de son appel. Le numéro de téléphone ne peut être masqué. Chaque campagne téléphonique − de quelque sorte que ce soit − est soumise aux principes de vérité et de clarté. En particulier, aucune campagne téléphonique ne peut être effectuée sous le faux prétexte d'un sondage ou d'une activité relevant d'une enquête de marché, d'un sondage d'opinions ou encore d'une enquête sociale lorsque le but de l'appel est entièrement commercial (vente ou promotion d'articles, de produits, de services etc.).
Le numéro de téléphone utilisé lors d'une campagne doit être publié. De plus, le nom de l'entreprise de télémarketing et/ou le nom du mandant doit être cité.

2. Protection des données

Ils s'engagent à traiter et à utiliser les données récoltées et mises à leur disposition uniquement dans le cadre du contrat en cours et conformément à la loi sur la protection des données. Lors de l'obtention d'adresses et de la récolte de numéros de téléphone, ils s'assurent que les adresses et les numéros de téléphone contenant la mention « pas de publicité » dans les Directories de Swisscom ne soient pas contactés. **Cette mesure ne s'applique pas aux campagnes au cours desquelles des clients existants doivent être contactés**.
Ils soutiennent activement, et ce dans l'intérêt des consommateurs et des utilisateurs du marketing direct, l'utilisation de la liste Robinson de la SDV. De plus, ils s'engagent à traiter de manière correcte et exhaustive les requêtes des personnes concernées, que ce soit au niveau de l'information, la communication, l'annulation ou du blocage des données.
Ils s'engagent, ainsi que leurs employés, à respecter la protection des données. L'obligation de leurs employés à la protection des données s'étend au-delà du cadre de l'activité elle-même. A la fin du projet, le mandataire remet au mandant tous les documents (matériel contenant les adresses, les protocoles des conversations téléphoniques etc.). Si le mandant ne désire pas recevoir ces documents, le mandataire les détruira conformément à la réglementation en vigueur sur la protection des données.

3. Protection de la sphère privée

Les contacts téléphoniques avec des personnes privées n'ont lieu qu'à des heures convenables: en général pas avant 8 heures, ni après 20 heures 30; le samedi, pas avant 9 heures, ni après 16 heures; le dimanche et les jours fériés nationaux, aucun appel téléphonique n'est effectué.

4. Comportement au téléphone

Le personnel de télémarketing ne peut utiliser aucune technique ou formule de vente jugée trop suggestive ou agressive. Toutes les règles de politesse doivent être respectées lors des appels téléphoniques.

Les mandats de télémarketing doivent être préparés de manière conceptuelle. Les appels sont menés avec l'aide d'un guide de conversation et d'un argumentaire. Les contacts téléphoniques qui dévient substantiellement du guide de conversation ne sont pas tolérés. Les résultats sont évalués au moyen de statistiques et sont mis à disposition du mandant.

5. Confirmation de la conclusion du contrat

La conclusion du contrat doit être confirmée par écrit par le mandant / le centre d'appels. La révocation d'une des parties contractantes effectuée dans les 7 jours sera acceptée.

6. Choix et formation du personnel

Seuls des employés formés peuvent prendre part aux campagnes téléphoniques et mener des conversations.

Pour la formation, les exigences minimales suivantes ont été définies:

- Formation de conduite, dès l'entrée dans l'organisation de télémarketing, comprenant des informations sur les prescriptions légales, sur le comportement au téléphone, ainsi que des exercices pratiques avec un simulateur d'équipement en téléphonie
- Formation dédicacée à une campagne, dont la durée dépend de ladite mission
- Formation continue pour le personnel de télémarketing s'occupant de gestion, de monitoring, d'organisation et de mise en œuvre.

7. Rémunération

Les employés sont principalement rémunérés «au temps». Une rémunération supplémentaire basée sur les performances est possible. Une rémunération basée uniquement sur un système de provisions n'est pas pratiquée. Lors de projets comprenant une rémunération supplémentaire par provisions, des mesures de contrôles particulières sont à appliquer afin d'éviter l'emploi de techniques de conversation contraires au présent code moral.

8. Contrôles

Les contrôles effectués auprès des agents téléphoniques doivent pouvoir être assurés et vérifiés en tout temps. Les prestataires possèdent des places de travail pour les agents téléphoniques qui autorisent un contrôle direct (ou indirect) et efficace de la qualité des conversations. Afin d'assurer la qualité en collaboration avec la direction de l'entreprise, la supervision et la formation, des mesures appropriées seront continuellement définies, développées et contrôlées.

9. Composeur automatique (Dialer)

L'utilisation de composeurs automatiques (Dialers) est autorisée. La présence en tout temps d'un employé pouvant mener l'entretien doit cependant être garantie. Par jour, trois tentatives d'appel au maximum peuvent être effectuées.

III. Responsabilité d'un tiers

Les organisations de télémarketing s'engagent à assurer le respect du présent code moral par leurs sous-traitants et leurs mandants. Ceux-ci sont particulièrement responsables pour une collecte légale des données.

IV. Sanctions

Les transgressions notoires aux principes du présent code moral seront examinées par callnet.ch et l'Association Suisse de Marketing Direct (SDV) dans le cadre d'une commission. La commission peut adresser aux comités une demande d'exclusion et placer l'entreprise sur une liste noire.

Nous nous obligeons formellement de respecter le code moral ci-dessus :

_____ _____

Lieu, Date Signature

_____

Cachet de la maison