

BECH-BRUUN MARKUP 06.10.2017



KODEKS

INDHOLD

| | |
|--|---|
| INDHOLD | 2 |
| 1. FORORD | 4 |
| 1.1 Formål | 4 |
| 1.2 Kodekets opbygning | 4 |
| 1.2.1 Mål | 4 |
| 1.2.2 Krav | 5 |
| 1.2.3 Yderligere forslag | 5 |
| 2. KODEKSETS HOVEDOMRÅDER | 6 |
| 2.1 Generelt | 6 |
| 2.1.1 Krav | 6 |
| 2.2 Personale | 6 |
| 2.2.1 Rekruttering | 6 |
| 2.2.1.1 Indhold af stillingsannoncer | 6 |
| 2.2.2 Ansættelsesvilkår | 7 |
| 2.2.2.1 Kontrakter | 7 |
| 2.2.2.2 Overenskomster | 7 |
| 2.2.3 Lønpolitik | 7 |
| 2.2.3.1 Mål | 7 |
| 2.2.3.2 Krav | 7 |
| 2.2.4 Uddannelse og information | 8 |
| 2.2.4.1 Mål | 8 |
| 2.2.4.2 Krav | 8 |
| 2.2.4.3 Forslag | 8 |
| 2.2.4.4 Måleenheder | 8 |
| 2.3 Markedsføring | 8 |
| 2.3.1 Mål | 8 |

| | |
|---|-------------------------------------|
| 2.3.2 Generelt | 9 |
| 2.3.2.1 Krav | 9 |
| 2.3.3 Indhold af hjemmeside..... | 9 |
| 2.3.3.1 Forslag..... | 9 |
| 2.3.4 Indhold i reklamer, mails o. lign. | 9 |
| 2.3.4.1 Forslag..... | 9 |
| 2.4 Telemarketing | 9 |
| 2.4.1 Mål | 9 |
| 2.4.2 Generelt | 10 |
| 2.4.2.1 Krav | 10 |
| 2.4.3 Indgående (In-bound) | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4.3.1 Krav | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4.4 Udgående (Out-bound)..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4.4.1 Abonnementssalg | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4.4.2 Direkte salg | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4.4.3 Mødebooking | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4.4.4 Markedsanalyser | 11 |
| 3. ACCEPT AF KODEKS | 12 |

1. FORORD

1.1 FORMÅL

Dette kodeks angiver normer og retningslinjer for medlemmer af Dansk Telemarketing Forening (herefter kaldet DTF) indenfor både virksomhedsdrift og udførelse af telemarketingopgaver.

Formålet med kodekset er, gennem kvalitetsstyring og udvikling af foreningens medlemmer, at sikre at kunder og medarbejdere hos medlemmer af DTF får indfriet alle forventninger, der stilles i udsigt overfor den enkelte og af den enkelte medlemsvirksomhed inden et samarbejde indledes.

DTF ønsker, at et medlemskab af DTF skal være et kvalitetsmærke, som betrygger kunder, medarbejdere og øvrige samarbejdspartnere i, at når der samarbejdes med en DTF virksomhed, så drives virksomheden under ordnede forhold, herunder for så vidt angår overholdelse af gældende lovgivning for telemarketingydelser og med ordnede ansættelsesvilkår for medarbejderne.

Kodekset er dermed ordensregler og et arbejdsredskab overfor samtlige medlemmer og en kvalitetssikring for det enkelte medlems kunder, samarbejdspartnere og medarbejdere.

Foreningen søger igennem dette ikke at ensrette medlemmernes aktiviteter, priser, personalepolitik eller lignende, men ønsker derimod igennem dialog og krav - jævnfør dette kodeks - at højne standarden i branchen hos medlemmerne af foreningen.

1.2 KODEKSETS OPBYGNING

Kodekset angiver på en lang række hovedområder minimumskrav, men også yderligere forslag til medlemmerne.

Hovedområderne vedrører alt indenfor drift af virksomheder, hvis primære aktiviteter er forbundet med telemarketing, hvorved ikke alle afsnit er relevante hos alle medlemmer.

Under hvert hovedområde er angivet mål, krav, yderligere forslag og måleenheder. Målet angiver foreningens overordnede mål indenfor området. Alle medlemmer skal indfri de krav foreningen stiller, og desto flere af de yderligere forslag der indfries desto bedre. Indenfor hvert hovedområde er desuden angivet, hvorledes foreningen måler de enkelte medlemmers performance på området.

1.2.1 MÅL

Alle medlemmer kan løbende stille forslag til nye målsætninger, og såfremt disse godkendes af generalforsamlingen vil kodekset blive ajourført.

1.2.2 KRAV

Kravspecifikationerne under de enkelte målsætninger fastsættes og justeres løbende. Alle ændringer skal godkendes af foreningens generalforsamling. Ændringer kan gennemføres ved simpelt stemmeflertal.

1.2.3 YDERLIGERE FORSLAG

Såfremt foreningen stiller yderligere forslag til medlemmerne indenfor specifikke områder, vil disse være angivet under yderligere forslag.

Der stilles ikke krav til medlemmerne om at opfylde disse, men det er foreningens holdning, at det er i både det enkelte medlems, foreningens og branchens interesse, at det gennemsnitlige medlem opfylder flest mulige af disse forslag.

2. KODEKSETS HOVEDOMRÅDER

2.1 GENERELT

2.1.1 KRAV

- At medlemsvirksomheden overholder kodeks og vedtægter.
- At medlemsvirksomheden ikke må være i betalingsstandsning eller under konkursbehandling.

2.2 PERSONALE

2.2.1 REKRUTTERING

2.2.1.1 INDHOLD AF STILLINGSANNONCER

2.2.1.1.1 MÅL

Samtlige stillingsannoncer og opslag skal være informative omkring telemarketing, virksomheden og jobbet.

2.2.1.1.2 KRAV

- Profiltækst omkring virksomheden
- Angivelse af arbejdstid

2.2.1.1.3 FORSLAG

- Virksomheden har en informativ hjemmeside
- Benytte virksomhedens logo
- Gengive DTF's hjemmeside
- Benytte DTF's logo
- Alle ansøgninger skal besvares skriftligt

2.2.1.1.4 MÅLEENHEDER

2.2.2 ANSÆTTELSESVILKÅR

2.2.2.1 KONTRAKTER

2.2.2.1.1 MÅL

- Samtlige medarbejdere er kontraktligt beskyttet i deres ansættelsesforhold.

2.2.2.1.2 KRAV

- Alle medarbejdere er som minimum kontraktligt ansat efter gældende dansk lovgivning.

2.2.2.1.3 FORSLAG

- Skriftlig beskrivelse af uddannelsesprogram.
- Skriftlig beskrivelse af generelle arbejdsvilkår.
- Sygesikring af ikke funktionæransatte deltidsmedarbejdere.
- DTF's logo forefindes på kontrakten.

2.2.2.2 OVERENSKOMSTER

Der er ikke nogen krav fra foreningen på dette område, og det er dermed op til det enkelte medlem at indgå overenskomst med lokal fagforening.

2.2.3 LØNPOLITIK

3.2.3.1 MÅL

At virksomhedens interne lønforhold er gennemskuelige for både ansøgere og medarbejdere.

2.2.3.2 KRAV

2.2.3.2.1 GENERELT

- Virksomheden forpligter sig, i henhold til dansk lovgivning, til at sikre medarbejdere løn under sygdom og barsel uanset aflønningsformen.
- Løn udbetales på månedsbasis eller oftere.

2.2.3.2.2 FAST LØN

Foreningen stiller ingen krav på dette område.

2.2.3.2.3 ANDRE LØNFORMER OG KOMBINATIONER MED FAST LØN.

- Lønforhold skal være let gennemskuelige, skriftligt beskrevet og udleveret til samtlige berørte medarbejdere.
- Virksomhedens medarbejdere skal løbende kunne foretage beregninger på medarbejdernes gennemsnitlige opnåede timeløn.
- Virksomhedens beregning af den enkelte medarbejders månedsløn skal udleveres til medarbejderen.

2.2.4 UDDANNELSE OG INFORMATION

2.2.4.1 MÅL

Den telefoniske kundekontakt varetages af medarbejdere, der er uddannede og informerede i fornødent omfang og som har kendskab til indholdet i afsnittet omkring telemarketing i dette kodeks.

2.2.4.2 KRAV

- Den enkelte medarbejder er informeret omkring relevant dansk lovgivning.

2.2.4.3 FORSLAG

- Nyhedsbreve
- Fastlagte informationsmøder
- Intranet
- Separat uddannelsesafdeling

2.2.4.4 MÅLEENHEDER

2.3 MARKEDSFØRING

2.3.1 MÅL

At medlemmernes individuelle markedsføring medvirker til en øget synliggørelse af DTF.

2.3.2 GENERELT

2.3.2.1 KRAV

Der er ikke nogen krav fra foreningen på dette område.

2.3.3 INDHOLD AF HJEMMESIDE

2.3.3.1 FORSLAG

- Profiltækst omkring virksomheden
- Virksomhedens logo
- DTF's logo
- Link til DTF's hjemmeside

2.3.4 INDHOLD I REKLAMER, MAILS O. LIGN.

2.3.4.1 FORSLAG

- Profiltækst omkring virksomheden
- Virksomhedens logo
- DTF's logo

2.4 TELEMARKETING

2.4.1 MÅL

At alle telemarketingaktiviteter foregår i overensstemmelse med dansk lovgivning, etik og moral. Foretages der telemarketing på udenlandske markeder foregår dette i overensstemmelse med gældende national lovgivning, etik og moral.

2.4.2 GENERELT

2.4.2.1 KRAV

- Ved alle samtalers begyndelse skal det klart fremgå, hvilken virksomhed eller på vegne af hvilken, der tales med.
- Samtalens budskaber må ikke direkte eller ved underforståelse, udeladelse eller dobbeltydighed være egnet til at vildlede modtageren.
- Der må ikke i samtalen tales nedsættende om andre virksomheder eller deres produkter.
- Ved indgåelse af telefoniske aftaler må kunden ikke efterlades i tvivl om samtalens konsekvenser. F.eks. at der er afgivet en ordre, varens pris, betalingsvilkår, leveringstid eller fortrydelsesret.
- Medarbejderen skal på opfordring oplyse navn eller entydig identifikation samt oplyse navn og telefonnummer til nærmeste reklamationsmulighed, med mindre hensynet til medarbejderen taler imod.
- Telemarketing skal udføres i overensstemmelse med den lokale lovgivning i de lande, hvor den finder sted og således at den ikke vækker anstød og ikke misbruger andres tillid og mangel på erfaring og indsigt.
- Ved indgåelse af telefoniske aftaler må virksomheden ikke udnytte børn og unge menneskers godtroenhed eller mangel på erfaring. Aftaler indgået med umyndige personer må ikke påføre kunder eller pårørende omkostninger ved annullering af aftalen.
- Ved udgående samtaler skal medarbejderen på opfordring oplyse adressekilde.
- Uopfordret opkald til abonnenter med hemmeligt telefonnummer må ikke ske uden abonnentens forudgående accept. Robinsonlisten skal endvidere respekteres.
- Alle ønsker om at undgå fremtidige telefonopkald fra virksomheden skal efterkommes så vidt det er muligt for virksomheden.
- Indhentning og brug af e-mailadresser må kun ske med accept fra e-mailadressens bruger.
- Det påhviler det enkelte medlem i videst muligt omfang at sikre at dansk lovgivning opfyldes i alle kunderelationer samt i arbejdet for den enkelte kunde.

At alle telemarketing aktiviteter foregår i overensstemmelse med dansk lovgivning, herunder:

- Markedsføringsloven
- Forbrugeraftaleloven
- Persondataloven
- CVR-loven
- CPR-loven

2.4.4.4 MARKEDSANALYSER

2.4.4.4.1 KRAV

- Markedsanalyser, udført i medlemsvirksomhedens eget navn, hvis formål er afdækning af behov eller adfærd, må ikke sammenkobles med salgsaktiviteter.

3. ACCEPT AF KODEKS

Medlemsvirksomheden forpligter sig ved underskrift af nærværende kodeks at efterleve dette og DTFs vedtægter.

Dato:

Dato:

Medlemsvirksomhed

DTF's formand