

n. 41, Registrazione al Tribunale di Matera n. 1 del 13 aprile 2007. Direttore responsabile Rossella Tosto. Edizioni Datacontact s.r.l. - via Lazazzera 1, Matera. Stampa: Tipografia La Stamperia Liantonio, Matera.

**CONVEGNO SUL LOW COST
TURISTICO DI QUALITÀ**
pagine 2

**L'INDAGINE DATACONTACT
SUL LOW COST IN ITALIA**
pagina 3

**L'EDIZIONE 2011 DELLA FESTA
DELLA MAMMA CHE LAVORA**
pagine 4 e 5

**I CASTING PER IL MUSICAL
DI DATACONTACT**
pagina 7

EDITORIALE

di Laura Tosto

Il numero di maggio della nostra newsletter ha un significato particolare, è ricco di colore e di emozioni che sfiorano l'ambito prettamente lavorativo e professionale, e ci aiuta ad entrare in una dimensione più personale e familiare del rapporto con i nostri dipendenti e collaboratori. È il mese dell'appuntamento ormai consolidato con la "Festa della Mamma che lavora" che, come ogni anno, trasforma per un giorno le nostre sedi operative aprendo le porte a bambini e ragazzi di tutte le età, curiosi e soddisfatti di vivere un pomeriggio spensierato con i propri genitori nel loro ambiente di lavoro. La galleria di immagini che ospitiamo all'interno di questo numero è solo un frammento simbolico delle emozioni che si sono vissute, e testimonia come anche in un contesto lavorativo si possano creare delle occasioni per coinvolgere le famiglie e rendersi reciprocamente partecipi della dimensione di vita che, a casa o al lavoro, non viene facilmente rappresentata.

Ma quest'anno in particolare, in occasione del decennale della nostra azienda, non poteva mancare un altro appuntamento, ancora più importante, che riunisce al completo tutti i protagonisti della nostra vita aziendale: i dipendenti e collaboratori, ma anche i committenti, i fornitori, le istituzioni locali e tutti coloro che giocano un ruolo determinante sui nostri numeri e sul nostro futuro. La convention 2011.

La annunciamo in questo numero anche se il tam-tam interno sulla fatidica data e sui contenuti dell'evento si è già naturalmente scatenato nelle ultime settimane. Le voci si rincorrono alla ricerca di dettagli sulla location della manifestazione, sui partecipanti, sul programma e, soprattutto per chi è con noi da meno di tre anni e non ha mai vissuto l'esperienza delle precedenti convention, sul suo stesso significato e sulle motivazioni per cui esserci. Come tradizione delle nostre convention vuole, sarà il primo venerdì di luglio a vederci protagonisti in una suggestiva location di Matera, con un'alternanza di momenti istituzionali e di racconto dei nostri primi dieci anni con altri più leggeri e divertenti necessari per goderci "la nostra festa". C'è già grande attesa per gli esiti del casting interno che è stato realizzato nelle scorse settimane per individuare i protagonisti pronti a mettersi in gioco sul palco con performance artistiche di vario genere. L'iniziativa, che ha registrato un elevatissimo numero di partecipanti (oltre 100 iscritti), è servita ancora di più ad entrare nel clima della convention, a riscaldare i motori ed accendere l'entusiasmo nei confronti dell'evento. Non sveliamo, per il momento, ancora nulla di questi aspetti per lasciare il gusto della sorpresa a tutti coloro che, insieme a noi, condivideranno una giornata speciale, da vivere all'insegna dell'orgoglio, dell'appartenenza, della fiducia nelle nostre capacità e nel nostro futuro e della consapevolezza di essere parti integranti di un'organizzazione che in dieci anni è cambiata, ha saputo crescere e trasformarsi, ed è pronta a farlo ancora, raccogliendo le sfide del prossimo futuro.



La mia "mamma che lavora"

Nel pomeriggio del 12 maggio 2011 presso le sedi di Datacontact di Matera, Potenza, Bari e Milano si è svolta l'edizione 2011 della "festa della mamma che lavora", un'iniziativa promossa a livello nazionale con il patrocinio del Ministero delle Pari Opportunità, alla quale l'azienda da anni aderisce con grande entusiasmo e partecipazione.

Una giornata di vera e propria festa, attraverso cui - fra momenti ludici e di aggregazione - si è voluta sottolineare l'importanza delle pari opportunità lavorative, della conciliazione ed armonizzazione fra i tempi della famiglia e quelli del lavoro e delle problematiche che investono le donne in ambito lavorativo.

Un momento di aggregazione importante e molto atteso in azienda, che ha visto crescere ogni anno la partecipazione dei più piccoli. Dalle poche unità del primo anno si è giunti oggi ad ospitare fra le varie sedi oltre 150 bambini e ragazzi, per lo più concentrati nella sede legale, amministrativa ed operativa di Matera sita in Via Lazazzera.

Alto ed interessante il valore simbolico di questa ricorrenza, specialmente per una realtà molto al "femminile" come oggettiva-

mente è Datacontact, che oggi conta oltre 1400 fra dipendenti e collaboratori, di cui il 73% donne.

A Matera il pomeriggio è stato allietato da una ricca merenda, con palloncini, popcorn e zucchero filato, e sono stati organizzati laboratori di creatività nonché uno spettacolo di animazione affidato al Mago Zeus.

Tale spettacolo per l'occasione è stato personalizzato introducendo concetti e giochi con cui richiamare il valore professionale dell'attività svolta dalla propria mamma sul posto di lavoro.

Ai bimbi è stata proposta - con l'ausilio del gioco e della visita guidata agli ambienti di lavoro - l'immagine di una mamma "professionista" di cui cogliere varie sfaccettature, riuscendo ad afferrare il senso e valorizzare tutti gli aspetti positivi legati a ciò che essa fa nelle ore in cui è lontana da casa.

Anche questa iniziativa è infatti utile ed importante per riconoscere tutto il valore e la competenza dell'operatore di contact center in quanto professionista con un bagaglio formativo, una predisposizione caratteriale e degli obiettivi di risultato non irrilevanti ben-

si in grado di fare la differenza sul mercato competitivo. Una operazione educativo-informativa che pertanto, a partire dai bambini e dalle famiglie, può contribuire a diffondere cultura e conoscenza sulle attività e sulla qualità dei servizi erogati.

Attraverso letterine, frasi, disegni e commenti emersi nelle fasi di gioco e lasciati come testimonianza della partecipazione a questa bella ed insolita giornata sono emersi concetti quali: "La mia mamma è molto brava ad ascoltare le persone", "La mia mamma ha molta pazienza ed è disponibile", "La mia mamma sa parlare con chiunque ed è capace di mettere le persone a proprio agio", "La mia mamma è capace di offrire informazioni/aiuto/soluzioni e servizi", "La mia mamma lavora insieme ad altre persone/mamme/lavoratori", "L'ambiente di lavoro della mia mamma è molto positivo perché ci sono molte persone con cui scambiare informazioni, consigli", "I lavoratori sono l'anima dell'azienda", "La mia mamma lavora per aziende importanti e molto conosciute", "La mia mamma lavora per una grande azienda della mia città".

Una convenzione con la cooperativa Il Puzzle di Matera

Nel corso dell'edizione 2011 della Festa della mamma che lavora è stata annunciata da parte di Datacontact la sottoscrizione di una convenzione con la cooperativa Il Puzzle con l'obiettivo di proporre a tutti i dipendenti e collaboratori dell'azienda opportunità, programmi e servizi nell'ottica della conciliazione lavoro/famiglia. Tale convenzione è finalizzata a ridurre il costo di accesso ai servizi di asilo, nido, ludoteche e centri estivi erogati dalle strutture, consentendo così alle famiglie un maggior utilizzo degli stessi in termini di flessibilità e di accessibilità, andando incontro alle esigenze di organizzazione del menage familiare rispetto a quelle legate all'attività lavorativa.

Boom del low cost di qualità in Italia

Il rapporto annuale AssoLowcost: crescita del 13,5% sul 2009 per un valore di oltre 76 miliardi di euro

In un contesto economico globale che ancora stenta a riprendersi dalla grande crisi economica e finanziaria, il Low Cost di Qualità si conferma in forte crescita in Italia: nel 2010, il settore ha registrato un incremento del 13,53% sull'anno precedente, per un valore complessivo di 76.896 milioni di euro. Le ragioni di questo successo si devono alle caratteristiche stesse del modello di business del Low Cost di Qualità, che diviene così non solo un propulsore di innovazione e di sviluppo ma anche un ammortizzatore economico-sociale: gli italiani hanno infatti dimostrato di premiare le scelte di acquisto che siano in grado di coniugare prezzo e valore, contribuendo ad attenuare gli effetti della contrazione dei consumi. Specialmente in un momento di crisi, infatti, il Low Cost di Qualità rappresenta un'opportunità in grado di contrastare la contrazione dei consumi, consentendo alle famiglie di continuare a soddisfare, in maniera adeguata, bisogni di acquisti di beni e servizi; al contempo, il Low Cost di Qualità diventa sempre più trasversale alle classi e ai ceti sociali e assume le caratteristiche di un orientamento più responsabile verso il consumo, basato su decisioni più oculate, selettive e lontane da qualsiasi orientamento allo spreco.

In Italia, così come negli altri Paesi dell'Occidente, si sta affermando sempre più il modello del consumatore responsabilizzato. Il Low Cost di Qualità rappresenta la scelta consapevole di consumatori informati e attenti, che nei propri acquisti ricercano il valore, costituito da un giusto equilibrio tra qualità e prezzo.

AssoLowcost ha registrato un notevole aumento della percentuale di famiglie provenienti dagli strati medi e medio alti della popolazione che hanno adottato questa nuova strategia di consumi. In questi casi non si tratta affatto di mancanza di possibilità, ma bensì di un razionale calcolo del reale valore acquistato: chi si orienta verso il Low Cost di Qualità è spesso orgoglioso di adottare un modo nuovo di valutare beni e servizi. Assolowcost auspica un'estensione sempre più ampia del modello di business del lowcost di qualità ad altri settori della produzione di beni e servizi per dare una spinta alla ripresa della crescita economica dell'Italia, basata sull'innovazione e l'attenzione al consumatore responsabile.

Andrea Cinosi
Presidente di AssoLowcost

Alcuni dati sul mercato del Low Cost in Italia

Fatturato 2009	→	67,729 miliardi di EURO
Fatturato 2010	→	76,896 miliardi di EURO
Incremento su 2009	→	+13,53%
Incidenza Low Cost sul PIL	→	5%



Presentato a Milano il Terzo Rapporto Annuale di Assolowcost, Associazione delle imprese del "Low Cost di Qualità".

Giovedì 28 aprile presso il Circolo della Stampa si è tenuta la conferenza stampa dedicata alla diffusione dei dati raccolti con una indagine estensiva sulla popolazione nazionale, volta ad approfondire le abitudini di consumo degli italiani e il vissuto del Low Cost in Italia.

Una opportunità per il Mezzogiorno

Il low cost turistico di qualità come motore propulsivo per la crescita economica ed occupazionale



Si è tenuto a Matera lo scorso 13 maggio un convegno dedicato alla riflessione, all'analisi e alla condivisione delle opportunità e delle potenzialità del low cost di qualità in ambito turistico in Basilicata. L'iniziativa, promossa dalla Camera di Commercio di Matera in collaborazione con l'associazione AssoLowCost, ha riscosso ampio interesse e partecipazione, con la presenza anche di un numero significativo di operatori della ricettività locale.

A partire dalla premessa che il turismo è il volano su cui investire per la crescita e lo sviluppo del territorio e dalla considerazione dei risultati economici registrati dal comparto low cost, sono stati avviati i lavori e il confronto tra ospiti istituzionali, operatori del settore e grandi nomi del mercato turistico low cost. Sono infatti intervenuti a portare la propria testimonianza Ryanair, Bravo Fly e Terra Vision rispettivamente leader di settore a livello europeo come compagnia aerea; come operatore per la ricerca e la vendita di voli; come principale player per il settore trasporti che garantisce i collegamenti da e per i principali aeroporti.

Trasporto aereo Low Cost, aeroporti, enti locali, camere di commercio ed un'integrazione di filiera tra gli operatori del settore sono elementi essenziali in vista di uno sviluppo del turismo nel Mezzogiorno d'Italia, sviluppo che può generare significativi riflessi sull'economia del Paese e sull'economia regionale e locale. L'integrazione di questi soggetti può infatti rappresentare un vantaggio concorrenziale risolutivo per la promozione del turismo nelle Regioni del Sud, incrementandone la ricchezza, i posti di lavoro nonché la capacità competitiva delle singole imprese.

A conferma di ciò giungono sia le testimonianze che le proposte emerse durante i lavori del convegno.

Il Low Cost di Qualità, che in un 2010 ancora segnato dalla precedente crisi economica e finanziaria registra un incremento del 13,53% sull'anno precedente, per un valore complessivo di 76.896 milioni di euro, diviene così non solo un propulsore di innovazione e di sviluppo ma anche un ammortizzatore economico-sociale. Il turismo rappresenta il 12% del Pil e può cre-



scere in maniera rilevante creando ricchezza e posti di lavoro ma solamente se si sarà in grado di progettare il turismo basato sul modello Low Cost di Qualità.

La strada intrapresa con il Convegno appena concluso è innovativa e lungimirante ma anche particolarmente sfidante ed impegnativa.

Anche Datacontact, a conferma del costante impegno per il territorio, ha partecipato attivamente a questo evento non solo portando i risultati della ricerca sul low cost gestita per conto di Assolowcost ma stimolando il dialogo e favorendo l'incontro tra i diversi attori.

Si è trattato di un appuntamento particolarmente interessante in quanto sono state prospettate concrete possibilità di tradurre gli intenti in opportunità reali.

Tutti gli ospiti infatti, hanno accolto positivamente l'invito della pubblica amministrazione (che ha visto riunite allo stesso tavolo le Camere di commercio di Bari, Matera e Crotona) e degli operatori locali - tra cui anche l'aeroporto di Bari Palese - di ragionare

insieme le strade realisticamente percorribili per sostanziare gli intenti anche attraverso la definizione di un gruppo di lavoro in cui tutti gli intervenuti, APT e Assessorati al Turismo compresi, abbiano modo di esprimere istanze e offrire un contributo.

Al termine della due giorni di lavori è stato infatti sottoscritto a Matera il primo protocollo d'intesa tra le Camere di Commercio, il Comune di Matera, gli Aeroporti di Puglia ed Assolowcost al fine di creare un sistema di valore che veda l'aggregazione delle Istituzioni e dei players più rilevanti del settore con l'obiettivo di incrementare il turismo Low Cost nel Mezzogiorno d'Italia e di creare ricchezza in termini economici e occupazionali.

A testimonianza dell'interesse riscontrato tra tutti i convenuti - operatori locali dell'ospitalità e della ristorazione, dell'intrattenimento e dei trasporti - il saluto di congedo è stato quindi per tutti un arrivederci.

Laura Locatelli
(Milano)

L'INDAGINE DATACONTACT SUL VISSUTO DEL LOW COST IN ITALIA

In occasione della conferenza stampa di Assolowcost dedicata alla presentazione del Rapporto Annuale e del convegno di Matera sul low cost turistico di qualità, Datacontact ha avuto l'opportunità di presentare i dati raccolti con una indagine estensiva sulla popolazione italiana.

Nelle settimane a cavallo tra febbraio e marzo, infatti, Datacontact ha realizzato 1000 interviste telefoniche C.A.T.I. per delineare le abitudini di consumo degli italiani e l'attuale percezione del low cost nel nostro Paese.

Entrando nel merito dei principali dati emersi dalla rilevazione vediamo che gli effetti della crisi tendono a permanere e ad essere evidenti nei comportamenti e nelle scelte di acquisto dei consumatori.

Sicuramente la disponibilità economica è un elemento determinante nelle decisioni di consumo e i dati in questo senso non sembrano essere del tutto confortanti.

La capacità di spesa dell'ultimo anno dichiarata dagli italiani è rimasta invariata rispetto al 2009 per il 40,9% dai rispondenti mentre, in termini di previsione, solo il 18,0% degli italiani ritiene di poter spendere di più nel 2011 rispetto al 2010.

Il 47,9% degli intervistati invece, con grande probabilità manterrà i propri consumi inalterati mentre il 32,0% ridurrà ulteriormente le proprie spese.

Nel corso dell'ultimo anno il 32,8% degli italiani ha tagliato i propri consumi rinunciando all'acquisto di alcuni prodotti, il 23,3% ha scelto prodotti con un prezzo minore mentre

il 42,9% ha mantenuto le proprie abitudini di consumo.

Complessivamente l'atteggiamento degli italiani di fronte ai consumi lascia emergere una tendenza alla prudenza e alla selettività. Nel corso del 2010 infatti, solo l'11,5% degli intervistati dichiara di non aver modificato il proprio comportamento di consumo. Il 29,9% si ritiene più critico e selettivo rispetto al passato e ben il 57,3% è più prudente e dichiara di rinunciare ad alcune spese.

Questi dati risultano particolarmente interessanti per il sub campione di soggetti che hanno acquistato prodotti Low Cost nell'ultimo anno. Questi consumatori infatti appaiono meno rinunciatari ma più selettivi nelle scelte (34,9% rispetto al 25,1% di quanto non hanno comprato prodotti Low Cost).

A conferma di questo approccio verso i consumi più prudente e controllato, appare inoltre significativo come il risparmio sia considerato importante per l'86,3% delle famiglie. Il 50,4% lo ritiene addirittura molto importante e dunque necessario.

Un'altra tendenza interessante che emerge dall'indagine è quella di una maggior sensibilità verso i temi ambientali e sociali. Gli italiani si dichiarano disposti a pagare un piccolo sovrapprezzo per un prodotto o un servizio "attento all'ambiente, al sociale e alla salute" nel 38,6%.

Anche la qualità del prodotto rimane un driver in grado di orientare le preferenze: il 33,8% dei soggetti infatti ritiene di essere pronto a pagare di più per prodotti o servizi

di qualità decisamente superiore alla media. Viceversa gli elementi di unicità del prodotto – quelli per esempio riconducibili al brand, all'esclusività e al livello di personalizzazione – sembrano minoritari nelle scelte. Decresce infatti l'importanza attribuita alla griffe, variabile questa che giustifica una spesa più alta solo per il 9,4% degli italiani.

Per ciò che concerne l'ambito Low Cost di Qualità il 48,8% degli italiani dichiara di aver acquistato prodotti o servizi Low Cost di Qualità nel corso del 2010. Coloro che invece non hanno comprato questa tipologia di prodotti/servizi motivano la loro scelta sostenendo di non averne ancora avuto l'occasione (52,7%).

Rispetto alle categorie di consumo in cui si sono effettuati acquisti Low Cost di Qualità emerge che gli italiani hanno preferito questa tipologia di prodotti/servizi per le seguenti categorie merceologiche: abbigliamento e accessori (68,5%); settore casa, arredamento ed elettrodomestici (53,1%); viaggi e vacanze (38,5%); trasporti (35,6%); alimentare (35,1%); divertimento e svago (30,5%); tecnologia (21,5%); sanità/salute (9,5%); servizi bancari e assicurativo-finanziari (7,4%); settore auto (6,7%); servizi professionali (5,4%).

Il Low Cost viene oggi associato a tutte le tipologie di consumatori.

Il 49,5% degli intervistati dichiara infatti che i prodotti e le aziende Low Cost si rivolgono a tutti indifferentemente.

Il 27,3% ritiene che sia associabile prevalen-

temente ai giovani, mentre solo il 17,5% ritiene che riguardi in particolare le famiglie a basso reddito.

La leva primaria di acquisto del Low Cost di Qualità è sicuramente il prezzo che rappresenta il driver di scelta per il 66,0% degli intervistati. Questi infatti riconoscono nel "risparmio" il più importante pregio del Low Cost.

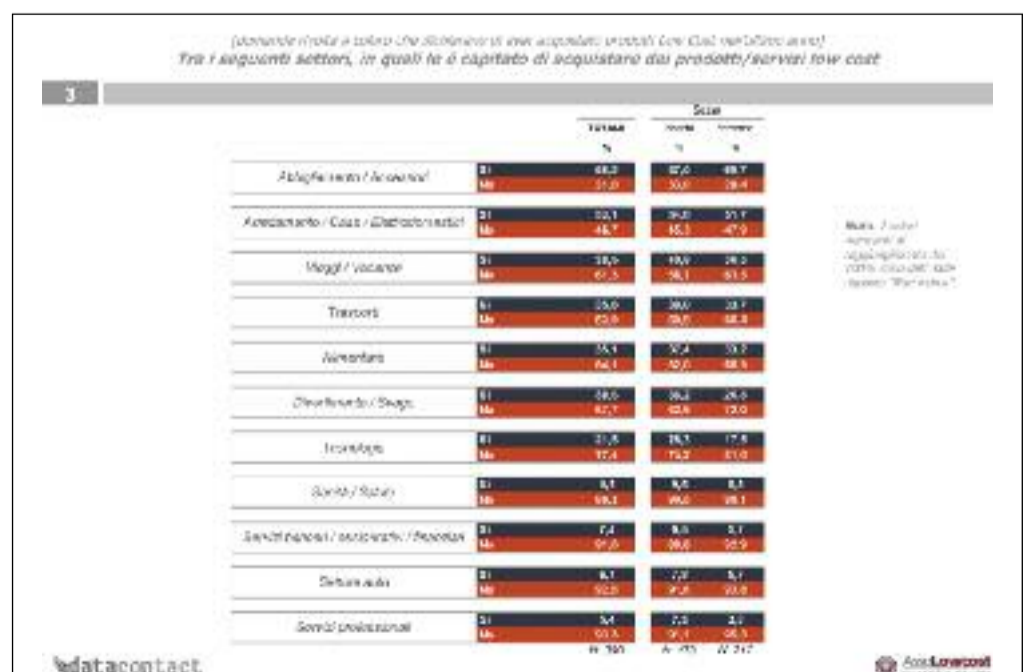
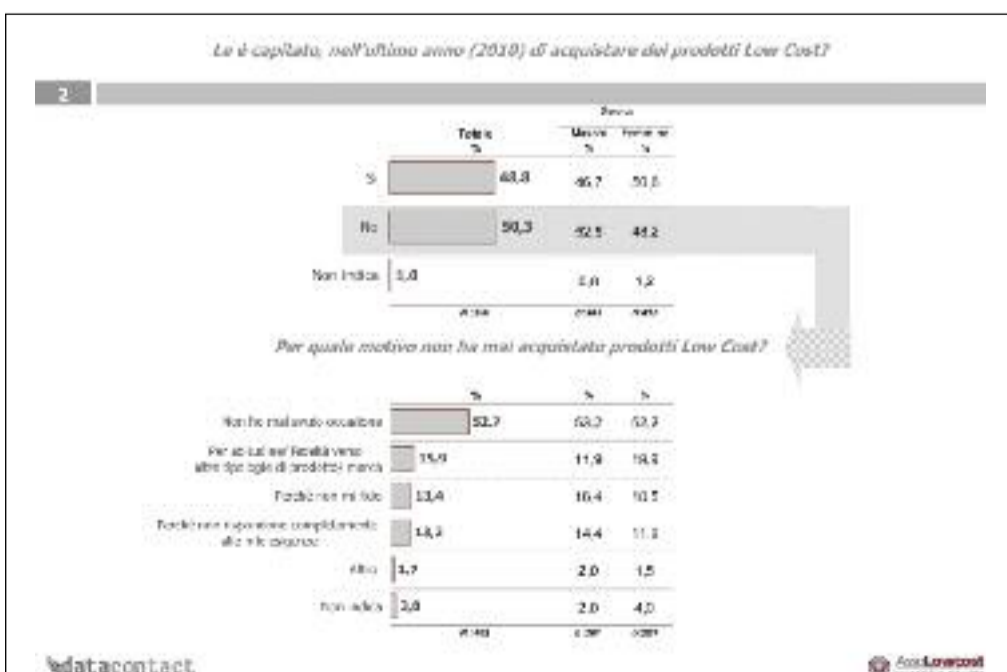
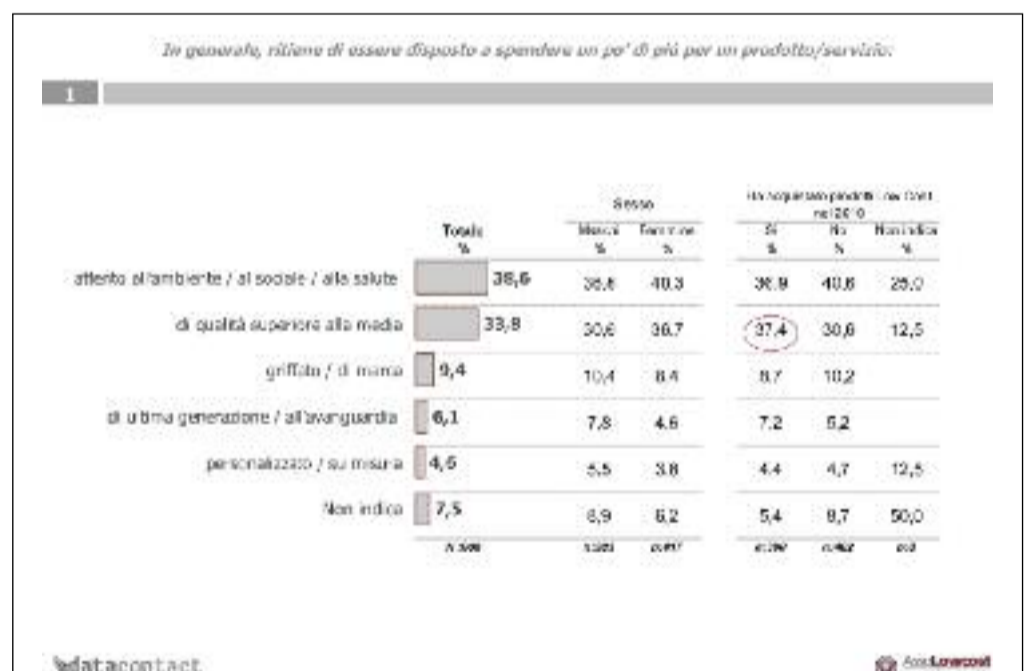
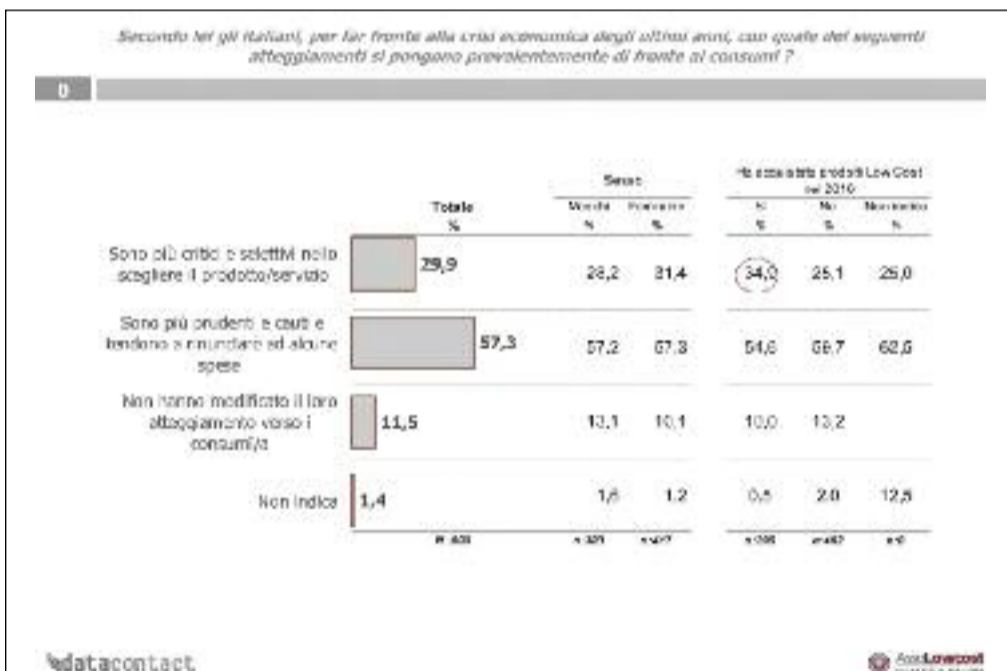
Tra i plus dei prodotti e servizi Low Cost, inoltre, vengono identificati la possibilità che questi offrono di "togliersi qualche sfizio" (18,9%) e la possibilità di poter comprare di più (17,5%).

Tra i punti di debolezza ascritti al Low Cost invece, solo il 44,4% degli italiani ritiene che si tratti di prodotti o servizi con un livello qualitativo inferiore. Questo significa che per oltre la metà degli italiani il rapporto qualità/prezzo rimane elevato.

Complessivamente la ricerca presentata ritrae uno scenario piuttosto positivo per quanto riguarda il mercato del Low Cost.

La maggiore razionalità nelle scelte di acquisto, la ricerca della qualità al giusto prezzo, l'attenzione per il controllo delle spese unita alla disponibilità di informazione e canali informativi utili per la visualizzazione delle offerte e la comparazione delle alternative lasciano infatti prefigurare la capacità del settore di rispondere adeguatamente alle esigenze dei consumatori.

Laura Locatelli
(Milano)



FESTA DELLA MAMMA CHE LAVORA

datacontact 2011



TI VOGLIO TANTO
TANTO BENE
ΠΑΠΑ

Siamo contenti che nostra madre
pratica questo lavoro perché ha
conosciuto tanti amici nuovi e
finalmente fa una delle cose che
le piaceva meglio: parlare al telefono.
Michela e Emanuela
Serrullo

TI VOGLIO BENE
TU SEI LA
MIA PRINCESSA.



Fede è
la mia mamma lavora
per aziende grandi e molto
conosce me... mi fa
vedere sempre i protti!



Il Maggio 2011, mercoledì
ospitiamo la "festa della mamma".
La mamma, quando ha iniziato questo
lavoro, aveva di spignoni quello che
faceva seduta di fronte al computer
con le cuffie in testa. In ansia og-
gi, non ha capito come si fa a
parlare con tanta gente senza usare
un vero telefono.
Mia madre ha cercato di spiegar-
mi bene e quando mi ha invitato
alla "festa della mamma" sono stata
felice perché finalmente poterò

vedere il luogo dove lei lavora.
Forse questa volta capirò meglio!
Cocherò di capire come trascorre
le giornate a lavoro insieme a tanti
colleghi che io ho conosciuto.
Martina Bonucci

La mamma
È BELLA CO
ME UN FIORE



FESTA DELLA MAMMA CHE LAVORA

datacontact 2011

fotografie Matera - Sandro Veglia



MAMMA SEI LA
MAMMA PIÙ BELLA
E PIÙ BRAVA
DEL MONDO



ti voglio bene
mamma



BY DIEGO
MAMMA!
SEI PROPRIO
BONA



GRAZIE
MAMMA

COZZA PIÙ SO DELLA MIA MAMMA CHE LAVORA
Io della mia mamma che lavora penso che sia bello e divertente, per la mia mamma è speciale, per questo ha un lavoro speciale con amici speciali. Secondo me è meglio che la mia mamma lavori, così non dobbiamo avere il frigorifero pieno come quello di Mami, né visto come quello di Papi, né guardacchia pieno come quello di Papina, ma giusto come quello di Papino. Io penso che sia bello avere una mamma speciale ed unica che lavora.



La commessa Sky: una famiglia

"Ragazzi facciamo un mega applauso a...!!!" Chi almeno una volta è passato nei pressi del field di SKY ha sicuramente sentito questa frase accompagnata dalle urla da tifo degli operatori. A SKY ogni contratto si festeggia così: è una gran festa a cui tutti partecipano. A monte di tutto ciò ci sono loro, i TEAM LEADER. La loro dedizione per la commessa è davvero grande; sfido chiunque ad osservare il field nei momenti di lavoro per captare l'impegno e la costanza con la quale tutto il gruppo opera. Tra gli "storici" di Matera ci sono Giuseppe e Giovanni che con il loro brio ravvivano gli animi anche nei tristi momenti.

"Donne è arrivato Rocco...!!!"

Chi lavora in commessa SKY conosce perfettamente questa frase. Questo è il "Buongiorno" di Giovanni La Noce, o meglio il suo esordio nel field. Lui è arrivato ad ottobre scorso nella SKY's Family e segue l'attività con tutta la sua esperienza e comicità.

Se invece vi dico che: arriva sempre con gli occhiali da sole anche se il tempo è brutto, la sua chioma anni 80 è ben curata con il gel, giacca di pelle resistente ad ogni temperatura e con la sua più celebre frase: "Buongiorno, oggi le colline sono in fiore!" ...si è proprio lui, Giuseppe Grieco.

Se volessimo descrivere ogni dettaglio non basterebbe questo spazio per poter contenere tutto. Ho scherzato un po' sulla caricatura di due dei nostri TL, pilastri fondamentali che supportano a pieni polmoni e con grande professionalità il lavoro degli operatori.

La commessa SKY è davvero "tosta" ci vogliono impegno e concentrazione per poter raggiungere l'obiettivo che il committente stabilisce, ma anche per poter vincere i premi messi in palio e le varie gare, tra cui quelle aziendali e di SKY. La grinta, ma soprattutto la determinazione per arrivare ad essere sempre i primi nella competizione con i colleghi della sede di Bari, ci permette di essere protagonisti con buoni risultati.

Ragazzi, grazie di cuore per il lavoro svolto, e per tutta la comprensione e la pazienza che ogni giorno avete nei confronti del gruppo SKY. Continuate così, siete i migliori!

Anna Panico
(Matera)

Una team leader speciale per Pagine Gialle

Abbiamo conosciuto Iolanda nel momento in cui ci siamo lanciate in questa avventura 89.24.24., era un'operatrice che spiccava per le sue doti di venditrice sorridente e combattiva. Poco dopo la fantastica notizia che sarebbe diventata la nostra team leader, scelta che ha immediatamente entusiasmato tutte, conoscendo le sue velleità da leader, ma soprattutto di gestione del gruppo. Capace di creare nel field un ambiente brioso e tranquillo, c'è sempre una bella atmosfera, si discute, ma si ride anche, si lavora e di tanto in tanto non mancano i break per una battuta senza dimenticare, di tornare tutti serenamente ai propri compiti. Antonella, testa china sugli impegni della giornata, con le mani che corrono sulla tastiera e gli occhi che fanno ogni tanto capolino tra una e-mail e una telefonata.

Iolanda è un po' tutto per noi, una crocerossina pronta a dare consigli e rimedi, uno speciale

La forza del cambiamento

Il cambiamento, in ogni situazione, è costruttivo, aiuta il sistema nervoso a non cullarsi nelle abitudini della quotidianità e quando si lavora per tanto tempo, per la stessa attività, con le stesse persone, tutto diventa familiare e alle volte si rischia di non avere più stimoli. Si danno per scontate tutte quelle alchimie che inizialmente ci hanno fatto innamorare del prodotto che vendiamo, piano piano tutto diventa routine... L'uomo ha bisogno di cambiamenti, di ricchezza, di innovazione, di positività e di condivisione per accorgersi e capire di amare ancora.

Ecco che nel field di Sky a Maggio è arrivato il cambiamento, graduale all'inizio e poi sempre più "reale". L'ambiente piccolo e familiare, che ci ha accompagnati per tanti mesi, ora presenta delle novità: i colleghi della sede di Bernalda si sono trasferiti qui a Matera, con la timidezza dei primi sorrisi e delle prime strette di mano, dei nuovi nomi da ricordare, di chi il cambiamento lo sta vivendo in prima persona. In una intera sala a nostra disposizione, così grande che inizialmente aveva più postazioni che operatori, è avvenuta la fusione tra le due squadre. Nuovi volti accanto alla propria postazione, nuovi e diversi modi di comunicare, diversi stili per vendere lo stesso prodotto: le stesse promozioni che da quasi un anno conosco, per certi versi, ma che adesso ha nuove voci a presentarle, nuovi ritornelli, nuovi dischi vendita... si è vero sono solo diversi, ma per noi è tutto nuovo.

Questo è il cambiamento che sto vivendo ed è positivo perché sicuramente permetterà a tutti noi di costruire sempre più solide le basi per la nostra nuova squadra; nuova crescita, nuova linfa vitale che permetterà alla commessa Sky di mostrare colori e forme più intensi di quelli che aveva fino ad un mese fa.

La nostra Commessa si distingue per tanti fattori: il servizio unico, il modo in cui lo si presenta, originale, irripetibile e il clima che si vive: sorrisi, applausi e ultimamente anche i cori dei team leader "propiziatori" o "osannatori" per ognuno di noi. Certo abbiamo ancora tanti passi avanti da fare, ma il nostro segreto è nell'obiettivo comune e nella determinazione che ci contraddistingue, l'impegno sarà maggiore ed ora che siamo un'unica squadra sarà più bello vincere insieme.

Anna Bongermينو
(Matera)

supporto lavorativo, ci affianca nelle chiamate ottenendo sempre successi nella vendita.

Ogni mattina si preoccupa per ciascuna di noi con il suo: "Che hai?", anche se stiamo benissimo, questo è il suo fantastico modo per coccolarci e dimostrarci le sue attenzioni, senza lesinare incoraggiamenti per farci ritrovare la grinta.

Auguriamo a tutti di incontrare un ambiente lavorativo come il nostro, vivace, gioioso e stimolante... la formula non c'è, la fortuna è conoscere e ritrovare ogni giorno colleghi come i nostri.

Un grazie enorme ad Antonella, a Iolanda, e a tutte le colleghe. Ci vediamo domani!

Vittoria Altomonte
Mimma Ierovante
Grazia Parente
(Matera)

Ritornando in Tim passando da Sky

Ci sono date che non si dimenticano perché segnano l'inizio di un cambiamento. Se ripenso al mio percorso lavorativo dell'ultimo anno, nel calendario della mia memoria ne ho segnate due.

23 Giugno 2010: mi avvisano che sono stata convocata nell'ufficio del capo del personale. Punto. I pensieri che passano per la testa quando devi raggiungere i piani alti possono essere tanti, ma giuro che a quella comunicazione non ero assolutamente preparata. Da lì a qualche giorno sarebbe partita la mia avventura targata Sky e avrei fatto l'ingresso in un mondo a me sconosciuto, quello della vendita, molto lontano dalla logica consulenziale della commessa Tim inbound, che mi ha visto nascere e crescere in Datacontact.

02 Maggio 2011: altro giorno, altro anno, stessa convocazione. Devo essere sincera, questa volta un'idea più precisa ce l'avevo, data la riorganizzazione in corso sulla commessa Sky. Ma giuro che anche questa volta la potenza della notizia mi ha colto nuovamente impreparata: ritorno a "casa", al mio primo "amore", ritorno sulla commessa Tim inbound. La prima cosa che ho pensato è che non mi avrebbe creduto nessuno. E così è stato. Ho chiamato Marinuzia Menzella, mia ex collega ritornata attuale, la quale per la prima volta in vita sua rimane senza parole. Ho chiamato Giuseppe Grieco, mio attuale collega quasi ex, che mi

chiede di smetterla di prenderlo in giro, che lo scherzo è bello finché dura poco. Insomma, per farla breve, quel giorno ho dovuto faticare non poco per essere credibile. Ma la prima ad essere sorpresa da questo ritorno sono proprio io. Non so spiegare la ragione, me l'hanno chiesto in tanti, ma il mondo Tim mi sembrava un capitolo chiuso.

Le emozioni non si possono affidare alle parole, per questo mi è impossibile spiegare le sensazioni che nascono da uno sguardo, un abbraccio, una stretta di mano. Io posso dire di averle provate tutte perché sulla commessa Sky ho lavorato con persone meravigliose; in quell'ultimo giorno come team leader sulla commessa ho ricevuto da loro così tanta stima da poter vivere di rendita. Li ringrazio di cuore perché insieme abbiamo gioito di un successo, sudato per raggiungerlo, disperati quando lo vedevamo lontano. Abbiamo applaudito, urlato, ci siamo sentiti stanchi ma felici, ma anche stanchi ed infelici, eppure non abbiamo mai perso di vista la lealtà con la quale ci siamo confrontati.

L'accoglienza che mi hanno riservato i miei colleghi di Tim ha ripagato in parte la malinconia di quel saluto, ma ora sono pronta.

Si ricomincia.

Rosalba Pisciotta
(Matera)

Il nuovo spot Sky "La tua vita viene prima della tv"

"La tua vita viene prima della TV".

Con questo slogan Sky invita gli Italiani a guardare la tv in modo diverso: quello che vuoi, quando vuoi.

Una campagna senza precedenti e di rottura, che propone un concetto nuovo: la vita è troppo bella per lasciare che a condizionarla sia la televisione. La TV cambia e il cambiamento coinvolge anche i modi di guardarla.

Sky pone al centro della comunicazione le persone, libere di vivere la vita, uscendo di casa per godersi il tempo libero.

Tutto ciò è possibile grazie al My Sky HD.

Solo con il decoder My Sky la Tv può essere migliore: quella che scegli, in base al tuo tempo e al tuo desiderio. Non più spettatori passivi, perché oggi si può scegliere attivamente modalità e tempi di fruizione dei propri appuntamenti televisivi preferiti.

My Sky HD, il decoder digitale dotato di hard disk interno, che può contenere fino ad un massimo di 140 ore di programmi in alta definizione e consente di personalizzare modi e tempi in cui lo spettatore sceglie di vedere i propri programmi preferiti.

My Sky Hd è il decoder innovativo che permette di sfruttare tutte le potenzialità dell'abbonamento Sky. Con My Sky HD è possibile registrare due programmi contemporaneamente: è infatti possibile vedere una trasmissione in diretta e



registrarne un'altra, ma anche registrarne due e guardarne una terza già registrata.

Uno strumento in linea con il nuovo sistema di rilevazione dei dati Auditel, che include anche gli ascolti "differiti", ovvero la visione di programmi televisivi in differita grazie anche al sistema di registrazione offerto da My Sky HD ed al servizio Sky On Demand.

Dulcis in fundo il My Sky HD rispecchia alla perfezione la qualità di Sky, tecnologia e servizi sempre all'avanguardia e avanti nel tempo rispetto a tutte le altre piattaforme satellitari e non.

Angelica Panio
Giuseppe Grieco
Giovanni La Noce
Giuseppe Salluce
(Matera)



Datacontact ti cambia la vita!

Mese nuovo, formazioni nuove!

Quando in viale Europa 2, qualcuno ti chiede di aprirgli la porta perché non ha il codice, lo capisci subito: inizia un'altra formazione.

È più di un anno che lavoro qui, ma ogni volta la sensazione è la stessa: noi che siamo risorse "navigate" ci scambiamo uno sguardo complice mentre studiamo con attenzione i volti impauriti e curiosi di chi non sa cosa siano Geocall, Gnp e Dsl; ma soprattutto non sa che l'avventura che sta cominciando va ben oltre l'esperienza lavorativa fine a se stessa! Guardando indietro, sono tantissime le persone che hanno lavorato qui, che hanno lasciato il segno in ognuno di noi e mi chiedo sempre se questi arrivi freschi potranno sostituire le "vecchie leve"; sicuramente, dovranno superare tutta una serie di eventi che potrebbero rivelarsi, a volte, anche tragicomici! Briefing motivazionali, registrazioni vocali da ripetere decine di volte e clienti difficili da gestire. Ma a tutto questo potranno aggiungere la solarità dei TL, la solidarietà dei colleghi, la ricchezza degli insegnamenti di Annalisa, la complicità di rapporti che si creano tra le postazioni e nelle innumerevoli occasioni per ritrovarsi anche quando il lavoro finisce. Perché prima di essere se stessi, si è una SQUADRA! E per rendere una squadra vincente si ha bisogno di essere diversi, magari scontrarsi e discutere, l'importante è raggiungere l'obiettivo. È questo che ti dà Datacontact, la possibilità di crescere, maturare attraverso il confronto con tante persone diverse da te: la neosposa, le mamme dolci e sor-

ridenti, le zie pazienti e buone consigliere, il ragazzo emo, la ragazza timida. Da tutti, tutti, si può imparare e tutti ci possiamo aiutare per raggiungere il nostro obiettivo quotidiano.

Per molti di noi la sede lavorativa è diventata ormai una seconda casa e, piano piano, oltre a colleghi si diventa amici e ci si lega fortemente alle persone con cui si lavora. Chissà se queste inesperte risorse domani si aggiungeranno a quel tavolo enorme che prenotiamo per le cene di lavoro! Oggi molti di noi li guardano con tenerezza, notando la forza e l'energia dell'inizio di una nuova storia, la freschezza di chi scopre un mondo nuovo, la voglia di imparare. La nostra esperienza può rivelarsi utile a loro per capire meglio il modo di lavorare, ma, senza dubbio, l'aria di novità e lo sprint che danno le nuove formazioni, aiuta sempre noi veterani a lavorare meglio! Ieri, quando ero io a non avere il codice per entrare, credevo che call center significasse solo disturbare i clienti, oggi, capisco il mondo call center e che Datacontact è molto, molto di più! È qualità, è impegno, è passione, è determinazione, è amicizia, è rispetto, è crescita, è forza di volontà, è sana competizione, ed è ancora tante, tante, tante, tantissime altre cose che è impossibile spiegare a parole. Ed oggi, che vedo delle nuove facce, cito Dante in senso positivo: "Perdete ogni speranza voi che entrate, perché Datacontact vi cambia la vita!"

Viviana Maticchiera
(Matera)

Grande partecipazione ai casting per il musical di Datacontact

Com'è risaputo uno dei momenti più emozionanti e creativi di una produzione teatrale, è costituito dalla ricerca e dalla selezione degli attori che comporranno il cast dello spettacolo. Ballerini, attori, cantanti e musicisti si alternano in brillanti esibizioni singole o corali dando saggio del proprio talento davanti ad una commissione di giudici. Tutto normale se ci troviamo in un teatro... ma cosa succede se la location del casting è la sede di una grande azienda?

In vista della prossima Convention dedicata alla celebrazione del decimo compleanno di Datacontact oltre ai contributi e momenti istituzionali è stato previsto un grande spettacolo, un musical, la cui trama è basata sulla vita aziendale, che sarà interamente scritto, cantato, suonato, ballato e recitato da dipendenti e collaboratori.

Da poco si è conclusa la fase di selezione del cast che porterà in scena il nostro quotidiano.

Circa cento tra i nostri colleghi si sono cimentati con entusiasmo ed autoironia in speciali performance artistiche in un momento di unione e aggregazione unico. Il loro sorprendente talento ha stupito ed affascinato al tempo stesso la commissione giudicante che ha trovato in ognuno dei partecipanti doti e qualità diverse, ideali per formare un cast d'eccezione che vedrà coinvolti tutti. E poco importa se noi non siamo artisti professionisti perché con lo stesso fervore e la determinazione che ci contraddistingue nel nostro quotidiano lavorativo ci impegneremo per realizzare uno spettacolo che non è figlio di un mero fine estetico ma prende vita dal desiderio di raccontare di noi in una chiave comunicativa leggera, ironica ma allo stesso tempo chiara ed efficace perché, come diceva il commediografo e regista teatrale Antonin Artaud, "quello che interessa non è la bellezza, ma un certo potere di deflagrazione del gesto e della parola."

Isabella Donvito



INTERVISTE QUADRUPLE a cura di Michele Cifarelli



Maria Giovanna Corleto
(Matera - via Lazazzera)



Paola Montemurro
(Matera - viale Europa)



Giuseppe Carrassi
(Bari)



Giuseppe Ciancio
(Potenza)

Spazio al tempo libero. Sport, lettura, giochi, intrattenimento ma anche semplicemente il dolce far niente. Sono tante le attività con cui impegnamo il tempo sottratto a lavoro e studio giornalieri.

Quando ti dico "tempo libero", qual è la prima cosa che ti viene in mente? Perché?

Maria Giovanna: La mia passione è cucinare. Aggiungerei però anche mangiare e rilassarsi.

Paola: Una passeggiata in centro! Adoro Matera e vorrei godermela in ogni istante!

Giuseppe Ca.: Lettura, musica e sport!

Giuseppe Ci.: Tempo da dedicare agli hobby!

Il partner, gli amici, la famiglia o in solitudine. Con chi preferisci trascorrere le tue ore di libertà?

Maria Giovanna: Il tempo dedicato al relax è sempre troppo poco ed è bene dedicarlo a famiglia e amici.

Paola: Spesso da sola: non mi dispiace la solitudine, soprattutto se devo riflettere. Ma in generale non ho vincoli particolari!

Giuseppe Ca.: Gli amici che sono, per così dire, protagonisti delle mie abitudini.

Giuseppe Ci.: I rapporti fra la mia famiglia, i miei amici e la mia fidanzata sono così stretti che finisco col passare il mio tempo libero con tutti loro.

Quando stacchi dal lavoro, riesci a lasciarti gli impegni quotidiani alle spalle o sei di quelli che si portano il lavoro a casa? Perché?

Maria Giovanna: Dipende! Se trascorriamo la serata con i colleghi anche il lavoro finisce col farci compagnia.

Paola: A volte mi capita di portare il lavoro a casa. Del resto la famiglia funziona anche come una valvola di sfogo...

Giuseppe Ca.: Quando stacco dal lavoro, stacco e basta! Anche per ricaricarmi e affrontare meglio gli impegni del giorno dopo.

Giuseppe Ci.: Non me lo porto mai a casa, almeno ci provo! Anche quando esco con i colleghi, il lavoro ce lo lasciamo alle spalle.

Secondo una recente statistica, sono proprio alcune regioni del Sud quelle in cui si legge meno. Valutando con un aggettivo il tempo che dedichi generalmente alla lettura, quale useresti (scarso, medio, sufficiente, ampio...)? Perché?

Maria Giovanna: Sufficiente! Non è tantissimo e mi dispiace visto che sono la moglie di uno scrittore. Ma fra lavoro, famiglia e casa, non riesco a dedicare altro tempo alla lettura.

Paola: Direi scarso anche se vorrei incrementare il tempo che dedico alla lettura, soprattutto per informarmi di più.

Giuseppe Ca.: Medio! In ogni caso nel mio tempo libero c'è sempre spazio per la lettura anche se non eccessivo. E leggo anche ciò che mi capita a tiro su internet.

Giuseppe Ci.: Sufficiente! In una settimana dedico mediamente 4 o 5 ore alla lettura.

Cosa preferisci leggere nel tempo libero? Giornali e settimanali o libri? Perché?

Maria Giovanna: I libri! Mi piace immedesimar-

mi nei personaggi e vivere le loro emozioni.

Paola: I libri! Sono uno strumento per evadere.

Giuseppe Ca.: I libri! Quando leggo mi piace sentirmi un viaggiatore e un buon libro mi consente di viaggiare...

Giuseppe Ci.: Nel tempo libero la lettura è rigorosamente dedicata ai libri. I più coinvolgenti sono i romanzi e i racconti di vita vissuta.

Qual è stato l'ultimo libro che hai letto?

Come lo hai trovato e perché lo hai scelto?

Maria Giovanna: Quello di mio marito, il suo primo libro: "Il nemico invisibile". Ha passato intere notti in bianco a scriverlo. Scrivere comporta davvero tanti sacrifici.

Paola: "Il vincitore è solo" di Coelho, che adoro in generale come autore. Anche se questo libro in particolare mi ha un po' deluso, perché troppo in forma di giallo.

Giuseppe Ca.: "L'enigma del solitario". Mi capita comunque spesso di rileggere i libri, per vivere o scoprire nuove emozioni. Quanto alle ragioni della scelta, in generale mi lascio anche ispirare dalle recensioni.

Giuseppe Ci.: Quello del giudice Giuseppe Aiala dal titolo "Chi ha paura muore ogni giorno": davvero bello! L'ho scelto in concomitanza dell'anniversario della tragica strage di Capaci.

Film in dvd a casa o serata al cinema con gli amici. Cosa preferisci? Perché?

Maria Giovanna: Il Cinema, magari preceduto da una pizza con gli amici!

Paola: Al Cinema con gli amici, per lasciarmi conquistare anche dall'atmosfera del posto.

Giuseppe Ca.: Il Cinema è tutta un'altra cosa! Vuoi mettere le emozioni che trasmette l'atmosfera di una sala cinematografica?

Giuseppe Ci.: Dipende dalle situazioni, il tuo stato d'animo e anche da come intendi proseguire la serata.

Il tempo libero è spesso però dedicato anche alla cura del fisico e allo sport. In palestra o all'aria aperta? Tu cosa preferisci? Perché?

Maria Giovanna: All'aria aperta ma seduta in panchina magari con un pezzo di pizza in mano a guardare gli altri che fanno sport.

Paola: Niente sport! Sono pigra!

Giuseppe Ca.: Dipende dalla stagione: d'inverno in palestra e d'estate meglio un'attività all'aria aperta.

Giuseppe Ci.: No assolutamente al chiuso delle palestre! Meglio una corsa a piedi o in bici o ancora una partita di calcetto con gli amici.

Se dovessi esprimere un desiderio e scegliere, in piena libertà, come trascorre questa serata, cosa faresti?

Maria Giovanna: Partirei per un viaggio senza meta!

Paola: A questo punto ne approfitterei per andare al cinema, magari dopo una passeggiata.

Giuseppe Ca.: L'ideale sarebbe una bella serata all'estero, magari a Londra, ad una mostra.

Giuseppe Ci.: Una cena con i vecchi amici, quelli che non vedo da tanto tempo.

COME ERAVAMO

Riconoscete in queste immagini un collega (bambino) per ogni sede operativa.



Matera - via Lazizzera



Matera - viale Europa



Bari



Potenza

I BAMBINI DELLO SCORSO NUMERO... OGGI



Matera



Maria



Bari



Noemi



Bernalda



Nicola

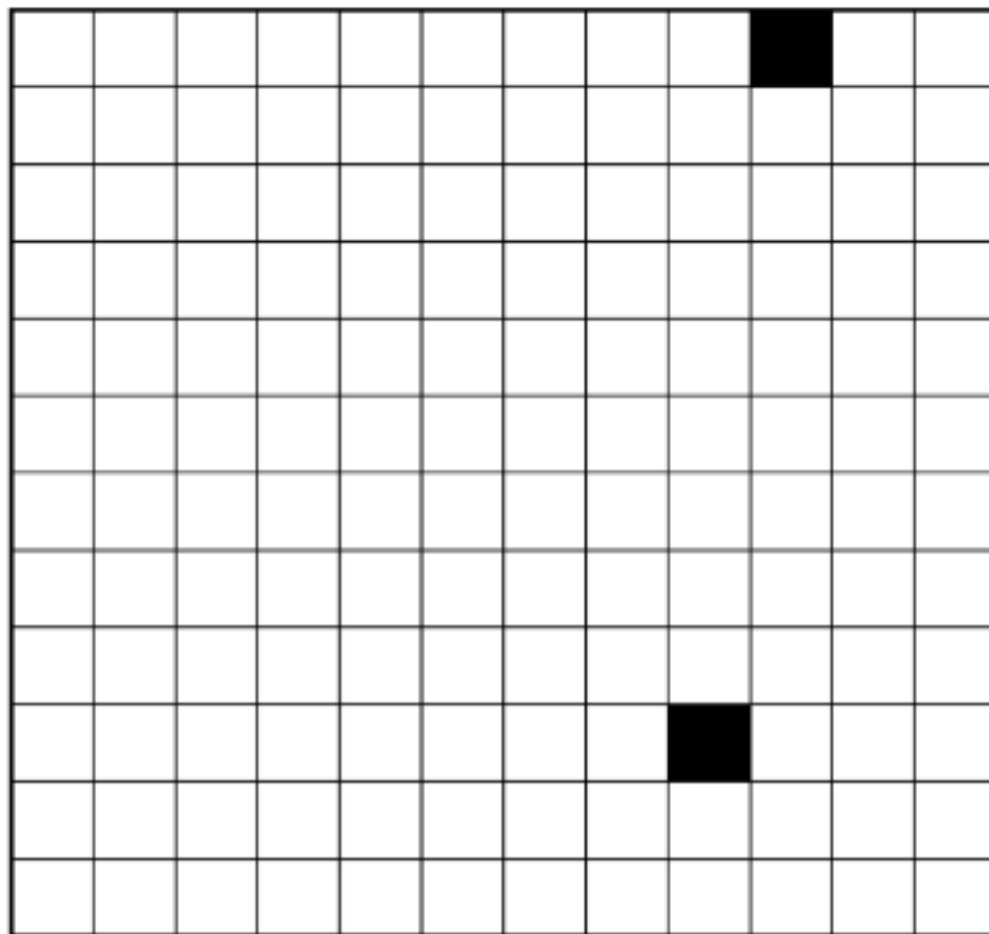


Potenza



Debora

PER I PIÙ ABILI a cura di Giuseppe Sciacovelli



Lo schema si risolve come un comune cruciverba, in cui le definizioni sono elencate di seguito ma senza numerazione. Nello schema devono trovare posto in totale 22 caselle nere - due sono state già stampate per facilitare il solutore.

DEFINIZIONI ORIZZONTALI:

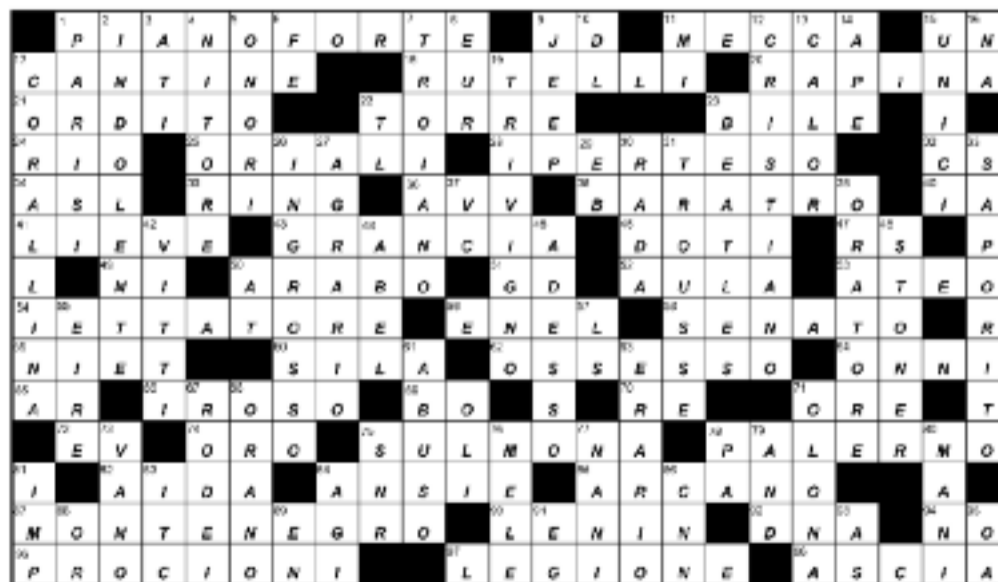
Conosce bene la parte - All'inizio di un'ipotesi - Pisa - Un pianeta del sistema solare - Ballo frenetico - Fu a capo del regime in Jugoslavia - Il cobalto - Una monetina americana - La cintura del kimono - Ridente cittadina tra Como e Varese - Il dominio dei siti web russi - Una debole luce... di speranza - Il pub all'italiana - Bevanda calda e rilassante - Il nome di Antonacci - Simbolo del titanio - Il nome della D'Amico - Nè mia nè tua - Quello Flavio è il Colosseo - Alla fine del trattato - Si cerca di ridurli nella produzione - Un difetto irrilevante - Duri come il cuoio - Dura 60 minuti - Così è la palla del rugby

DEFINIZIONI VERTICALI:

Si realizza guardandosi - Unione di più famiglie - Jacques, attore del cinema muto - La Yoko che sposò John Lennon - All'ingresso di Rovigo - Società Anonima - Elogio solenne - Si fa tostare per la bruschetta - Esegue lavori di ebanisteria - Una Basilica di Catania - Pallida, diafana - I toscani della città del marmo - Un dispositivo degli scooter - L'acido usato dalle casalinghe - Relativo al Vecchio Testamento - Si dà in confidenza - Una condizione in informatica - Il nome della Gandhi - Un netto rifiuto - Cagliari - Iniziali dello scrittore Vittorini

SOLUZIONI DEI GIOCHI PUBBLICATI SUL NUMERO DI APRILE

CRUCIVERBA



(le soluzioni dei giochi proposti in questo numero saranno pubblicate sul numero di giugno)

gente che... contact!

mensile aziendale

Comitato di redazione

Rossella Tosto
Laura Tosto
Carmela Petrarà
Giuseppe Sciacovelli
Annalisa Paolicelli
Piero Staffieri
Vito Caruso
Grazia Montemurro
Rosa Lepore
Laura Locatelli
Francesca Taddeo
Isabella Donvito

Progetto grafico e impaginazione
Annette Tosto

Stampa
La Stamperia Liantonio, Matera

datacontact

Sede legale ed amministrativa
via Lazizzera, 1
75100 MATERA
tel. 0835.700000
fax 0835.700001
www.datacontact.it
info@datacontact.it
numero verde 800.066366

PILLOLE TELEFONICHE



illustrazioni Francesco Salinari

PILLOLE... DAL CUP da Stefania Smiraglia

Operatore: "Signora ha problemi renali?"
Utente: "No non devo urinare"

Utente: "Buongiorno, devo prenotare un raggio"

Utente: "Buongiorno, devo prenotare un RX dei seni nasali" (Seni paranasali)

Operatore: "Signora è esente? (dal tiket)"
Utente: "Sì, sì, sono presente!"

Utente: "Buongiorno devo prenotare una tac Total Bobby" (total body)

Utente: "Buongiorno, devo prenotare un esame trick e track" (Prik e patch test)

Utente (Signora anziana): "Signora 13, mi dovette passare l'operatore che stavo parlando prima perché l'ho rimasto appeso"

Utente: "Vorrei prenotare una ecografia BELLI-CA" (Ecografia PELVICA)

Utente: "Signorina, in quale BATTAGLIONE devo andare a fare la visita?" (PADIGLIONE)

Utente: "Devo prenotare la LAVAGNA magnetica" (RISONANZA)