

CUSTOMER SATISFACTION CLIENTI DATACONTACT

pagine 2 e 3

IL ROAD SHOW DI SKY

pagina 4

ARTICOLI E NEWS DALLE SEDI

pagina 5

ESTATE 2011: RACCONTI DI VIAGGIO

pagine 6 e 7

EDITORIALE

di Laura Tosto

I mesi estivi hanno da sempre rappresentato una grande sfida per la nostra azienda, nella necessità di conciliare le legittime attese di un periodo di stacco dopo mesi ininterrotti di attività a pieno regime, con la stagionalità molto elevata di alcuni servizi svolti, in un equilibrio in cui si cercano di accontentare le varie istanze, dei lavoratori da un lato e dell'adeguato presidio e mantenimento di elevati standard di qualità verso i committenti.

A estate ormai conclusa il bilancio può considerarsi soddisfacente, a patto che la ripresa di tutte le attività a pieno regime si confermi foriera di performance costanti e che alcuni comportamenti di una minoranza non rispettosa dell'intera organizzazione e dei propri colleghi siano messi sufficientemente sotto i riflettori per un'analisi attenta e per disincentivare maggiormente nel futuro simili condotte. In un settore come il nostro in cui la variabilità rappresenta il leitmotiv e bisogna sempre essere pronti a nuove sfide e a fronteggiare nuove minacce, anche questo mese di settembre si presenta in una veste molto ambivalente.

Da un lato si segnala come positivo un consolidamento ed una tendenza alla crescita di molte attività outbound, con una contestuale esigenza di incremento dei volumi gestiti e di risorse impegnate nelle differenti sedi operative. Sulla nuova sede di Bari, in particolare, dove il completamento dei lavori di adeguamento dei locali ci dà l'opportunità di disporre di oltre 300 postazioni pienamente operative, il piano di crescita è significativo e continuerà ad esserlo anche nei prossimi mesi, con un forte investimento nel recruiting e la possibilità di inserire a breve nuove attività a complemento di quelle già gestite con successo dagli operatori della sede. Non mancano, però, alcune ombre di cui è giusto non trascurare i contorni, soprattutto relativamente alle incipienti scadenze di fine anno che riguardano sia alcuni importanti contratti di fornitura di servizi inbound, sia i relativi contratti di lavoro delle risorse impegnate sulle specifiche attività. L'azienda è coinvolta già da mesi sui relativi tavoli di discussione, pur non disponendo ad oggi di uno scenario certo che possa consentire di mettere in piedi una strategia o un piano operativo ben definiti. Il contesto al contorno, caratterizzato dall'estrema volatilità dei mercati e da una congiuntura economica decisamente sfavorevole, non aiuta ad accelerare questi processi decisionali, in cui ci presentiamo in ogni caso forti della nostra storia, delle nostre capacità e della combattività che in dieci anni abbiamo sempre dimostrato nel non lasciare niente di intentato.

I prossimi saranno mesi difficili e delicati, per cui ancora una volta sarà necessario lavorare e agire come una voce sola, condividendo gli obiettivi e preparandosi insieme ad affrontare le nuove sfide che potranno minare il nostro cammino, sapendo che la forza di un gruppo si manifesta ancora di più nei momenti in cui è necessario dimostrare compattezza e grande determinazione.



foto Sandro Veglia

On line il Bilancio sociale

Ripartire dal bilancio sociale con alcune riflessioni che permettono di estendere in modo più partecipato e condiviso la sua essenza ed il suo valore simbolico è doveroso. Spenti infatti i riflettori della convention ci sembra utile ritornare a spendere qualche parola sul primo bilancio sociale di Datacontact presentato lo scorso 1 luglio. Presi dal vortice di informazioni ed emozioni che hanno accompagnato l'evento clou del decennale si è infatti forse commessa la leggerezza di non dare giusto peso e valore all'importante sforzo editoriale compiuto presentando ufficialmente un documento che lascia un segno importante nel cammino aziendale.

Si tratta di un progetto strategico di rendicontazione, comunicazione e condivisione che è stato fortemente voluto dalla direzione aziendale per diversi ordini di motivi. Innanzitutto la redazione del Bilancio sociale ci ha obbligato ad una riflessione approfondita su quanto dal 2001 ad oggi abbiamo realizzato in azienda e sul nostro territorio di appartenenza. Allo stesso tempo la sua elaborazione ci ha consentito di proiettarci nel futuro con una più piena consapevolezza di quelli che sono gli obiettivi, le aspettative e le

responsabilità, nostre e dei nostri principali interlocutori, per impostare le linee guida di un'azione sinergica che può consentire di appropinquare il futuro, pur a fronte delle difficoltà che esso presenta. L'auspicio è che la sua pubblicazione e fruizione assolvano all'intento di trasferire all'esterno l'impronta del nostro lavoro e lo stile con cui in azienda si appropria la quotidianità fungendo al contempo da stimolo e da guida nel percorso della gestione delle complessità che caratterizzano il settore, in un periodo in cui l'incertezza continua a regnare sovrana e ad imporre spesso una navigazione a vista irta di ostacoli ed imprevisti. Ulteriormente abbiamo creduto che questo sforzo di rappresentazione sistematizzata del nostro mondo fosse importante per stringere e rafforzare ulteriormente i legami che ci uniscono con i nostri stakeholders interni ed esterni. Siamo certi di disporre oggi di un valido strumento pubblico in grado di ben presentarci e che permette di farci meglio conoscere da quanti già appartengono al nostro sistema di relazioni e da quant'altri potrebbero avviare un rapporto con noi. Il desiderio di ricostruire e rappresentare quanto è

stato fatto, ha messo in luce i risultati prodotti nonché i cambiamenti e gli effetti registrati all'interno dell'azienda ma anche all'esterno. Ecco perché si è voluto rimarcare l'importanza di approfondire tale documento strategico, invitando tutti ad analizzare quanto esso contiene nelle varie sezioni, corredate da numeri e da documentazione fotografica a supporto.

Il bilancio sociale, unitamente al dvd della convention, è stato inviato nelle ultime settimane a tutti i principali interlocutori istituzionali, ai partners, ai committenti, ai media locali per una sua ampia pubblicità e condivisione. Per rispondere al desiderio di trasparenza e massimizzazione delle opportunità di condivisione dei suoi contenuti si è scelto poi di adottare un approccio multicanale rendendolo prontamente disponibile anche dal sito aziendale in una apposita sezione dedicata (www.datacontact.it/bilancio-sociale/) che permette di analizzarne in sintesi le sezioni nonché di scaricarlo integralmente e di sfogliarlo per una agile, immediata ed efficace consultazione on line.

Rossella Tosto

Matera è Fiera: la seconda edizione

Si rinnova l'appuntamento con "Matera è Fiera", la fiera campionaria delle attività commerciali, artigianali ed eno-gastronomiche lucane organizzata e promossa per il secondo anno consecutivo da Quadrum S.r.l. che si svolge in Piazza della Visitazione a Matera dal 7 all'11 settembre 2011.

La manifestazione, che quest'anno ha la qualifica di Fiera Generale Nazionale, ottenuta con delibera della Giunta Regionale, persegue, anche nella sua seconda edizione, lo scopo di sostenere lo sviluppo delle aziende locali e incrementarne le potenzialità produttive e commerciali presentandosi non solo come vetrina espositiva, ma piuttosto come canale di comunicazione e luogo deputato di nego-

ziazione e scambio dei prodotti.

Molte sono le novità del 2011, dall'aumento della superficie di esposizione, che raggiungerà quasi 8mila metri quadri, al prolungamento dell'orario espositivo, fino all'aggiunta di un nuovo settore, quello dell'Energia e la presenza di uno stand dedicato, gratuitamente, alle associazioni di volontariato. Com'è risaputo "Matera è Fiera" è anche occasione d'intrattenimento ed ospiterà nuovamente la rassegna di cabaret "Melarido", giunta alla sua sesta edizione e ribattezzata per l'occasione "Melarido in Fiera", alla quale prenderanno parte noti cabarettisti di fama nazionale.

Per questo importante evento si consolida anche la positiva interazione con la rete televi-

siva materana TRM e con Datacontact che attraverso il suo stand aprirà ancora una volta, in quest'anno speciale, le porte dell'azienda alla città, mentre nel perimetro della fiera la divisione Ricerche di Mercato sarà impegnata nella realizzazione di un'indagine conoscitiva campionaria, mediante interviste face to face a visitatori ed espositori, con metodologia e tecnologie innovative.



I clienti valutano i servizi Datacontact

Una indagine di Customer Satisfaction per raccogliere opinioni e suggerimenti sul lavoro di partnership

In occasione dell'importante appuntamento del decennale di Datacontact e cogliendo al volo l'opportunità offerta dall'elaborazione del bilancio sociale la Direzione aziendale ha voluto realizzare un momento di rendicontazione del proprio operato affidato alla raccolta di opinioni e giudizi dei committenti.

Da tempo come standard di certificazione impone era in programma un'indagine di Customer Satisfaction ed è sembrato questo il momento più opportuno per concentrarsi nella sua realizzazione sensibilizzando quanti direttamente ci conoscono operativamente e si confrontano costantemente con noi per gestire e sviluppare il proprio business.

L'idea di estendere ai nostri clienti la riflessione su quanto costruito e quanto ancora da realizzare al fine di crescere, migliorare e ottimizzare i servizi e i rapporti con chi si affida a noi e collabora con noi è figlia naturale della filosofia stessa della Responsabilità Sociale d'Impresa. Abbiamo quindi realizzato una indagine per raccogliere i giudizi e il punto di vista di quanti ci hanno visto mutare e maturare nel

corso del tempo per valutare, anche attraverso i feedback esterni, quanto abbiamo costruito assieme ai nostri partner, i cambiamenti che ci hanno caratterizzato e l'offerta che progressivamente abbiamo cercato di implementare per rispondere alle esigenze di mercato oltre che per proporre soluzioni innovative ed efficaci. È stato pertanto elaborato e distribuito online un questionario che ci ha riportato, in tempo quasi reale, i pareri di un significativo numero di committenti.

Nello specifico sono stati distribuiti 45 web questionnaire per un totale di 32 risposte compilate registrate. Crediamo quindi che, grazie alla collaborazione di tanti, lo scenario che possiamo delineare sia piuttosto realistico e rappresentativo, consentendoci di ragionare anche le scelte strategiche previste per il prossimo futuro.

Oltre a rappresentare le principali evidenze di quanto emerso dalla survey, con la codifica ed elaborazione delle risposte fornite al questionario on line distribuito ai committenti, vogliamo in queste pagine riportare alcuni

suggerimenti, note e commenti liberi che ci sono stati inviati.

I voti registrati sulle batterie di domande predisposte, le citazioni riportate con un ricco corredo di argomentazioni e l'insieme del quadro che ne è emerso ci riempiono di soddisfazione, ma non devono indurci ad abbassare il livello di guardia senza mettersi comunque in discussione.

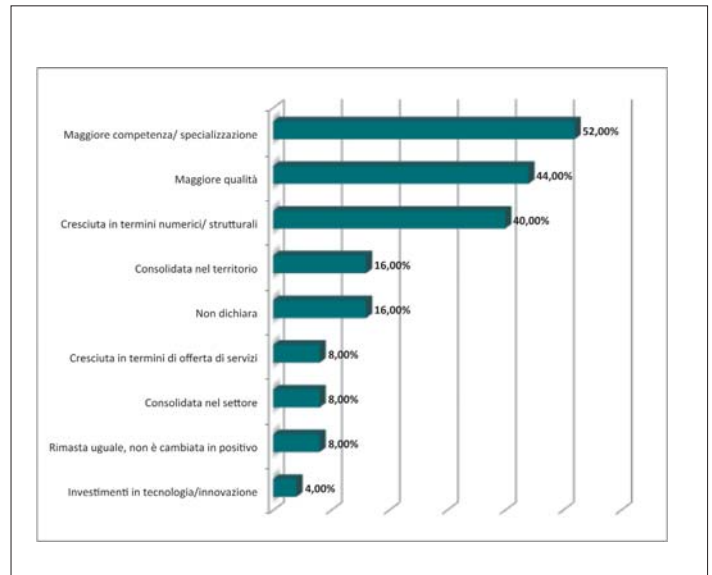
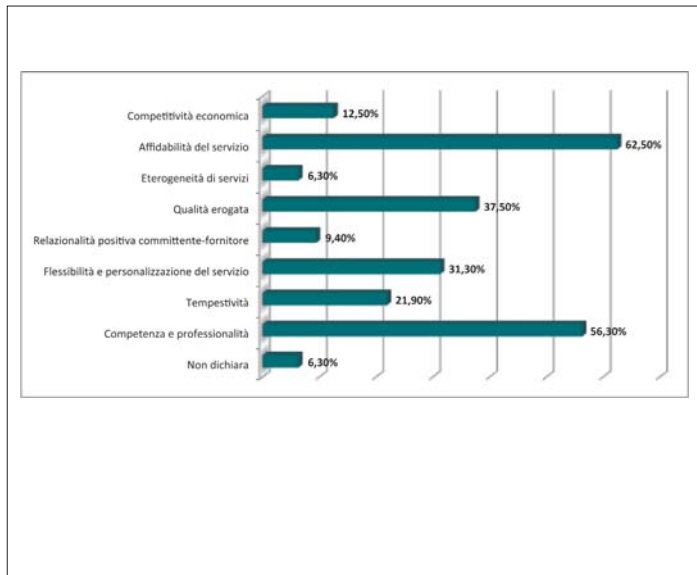
Particolarmente apprezzati sono stati alcuni contributi ricevuti a margine del questionario, per i quali i ringraziamenti sono d'obbligo, ma crediamo comunque importante riflettere su ogni elemento che possa consentirci - al di là di tale fotografia - di migliorare il nostro lavoro insieme. Leggendo oltre i numeri infatti ci sembra utile aver avviato questo percorso di monitoraggio ed analisi anche per cogliere inviti ad ottimizzare il lavoro di partnership.

Si sono riscontrate ad esempio alcune annotazioni sulla rigidità economica o più in generale sul posizionamento economico rispetto ai competitors, sulla necessità di accrescere ulteriormente la velocità con cui rispondere alle

richieste di up-grade quantitativi da parte del Committente, sulla necessità di ricercare costantemente soluzioni efficienti che agevolino organizzazione e cliente in termini di miglioramento dei processi e soluzioni tecnologiche e la necessità di essere anche proattivi su implementazioni e nuovi servizi, facendo attenzione anche a nuovi dettagli o opportunità, accrescere l'integrazione con l'offshoring.

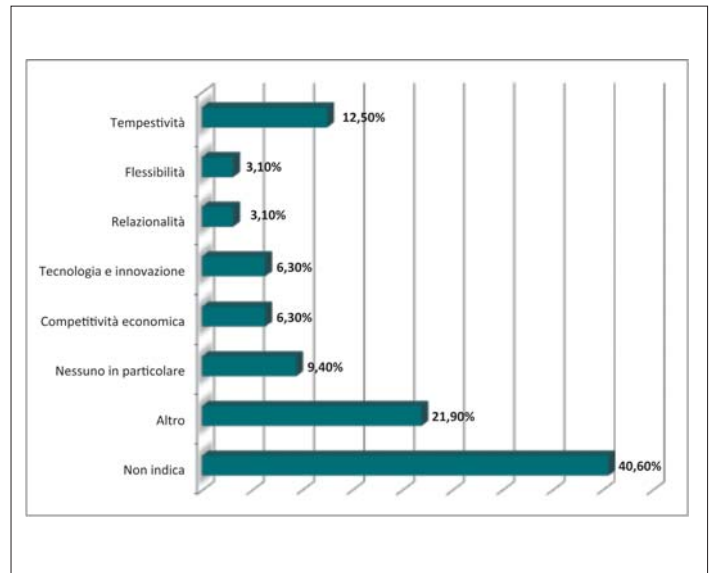
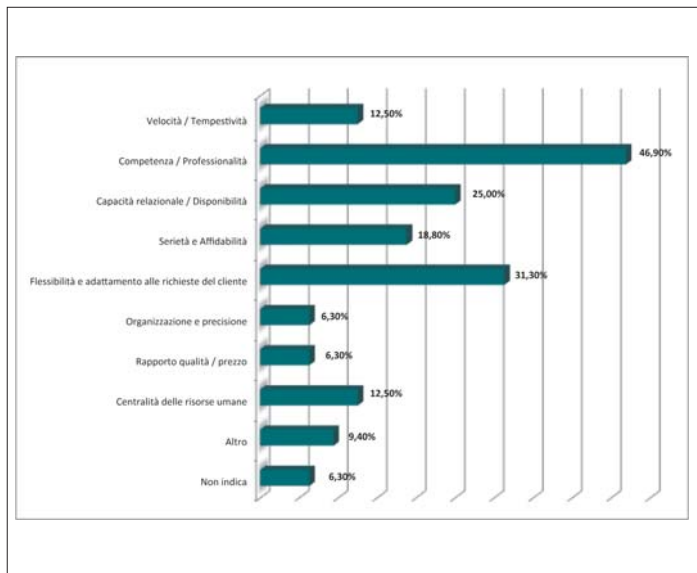
Si tratta di poche citazioni che meritano tutta l'attenzione da parte dell'azienda.

Fra i commenti positivi ci piace invece dare peso e valore soprattutto a quelli che meritano in tale sede di essere estesi e condivisi con quanti sono ogni giorno l'anima ed il motore del risultato perché siano da stimolo e motivazione ulteriore a fare sempre meglio e di più per i committenti in nome e per conto dei quali ogni giorno ci si sente pienamente coinvolti sul campo. Ecco perché, così come riportato integralmente nel Bilancio Sociale, anche in questa sede si riportano alcuni dei commenti ricevuti che vogliamo condividere con tutte le risorse umane presenti in azienda.



Fattori per i quali Datacontact viene preferita ad altri (possibilità di risposta multipla)

In cosa è cambiata in positivo Datacontact in questi dieci anni (possibilità di risposta multipla)



Principali punti di forza di Datacontact percepiti dai clienti (possibilità di risposta multipla)

Principali punti di debolezza di Datacontact percepiti dai clienti (possibilità di risposta multipla)

ALCUNI COMMENTI RILASCIATI NEL QUESTIONARIO CAWI

Passione e competenza sono gli aspetti che mi hanno colpito nel lavoro e nelle collaborazioni di questi anni.

Fra i pregi su tutti lo spirito di appartenenza all'azienda che caratterizza la maggior parte delle persone di DTC. La capacità di costruire la squadra. La professionalità.

Nel momento in cui scrivo, penso che l'unico messaggio possa essere quello dei complimenti per l'instaurazione del livello di partnership costruito che rende il percorso delle

due aziende vincente nel tempo.

Datacontact è una realtà positiva e piena di energia. Le persone credono in quello che fanno e si sentono parte di un progetto. Personalmente apprezzo sempre il calore che si riceve varcando l'ingresso di Datacontact! In bocca al lupo.

La vostra serietà professionale si fa apprezzare: consiglio solo di "addolcire" alcune spigolature attraverso una maggiore comprensione della complessità organizzativa di alcuni

committenti/clienti... e sareste "perfetti".

Entusiasmo e partecipazione sono le principali espressioni che rappresentano la realtà di Datacontact.

I primi 10 anni di vita di un'azienda sono quelli più difficili, dove bisogna accrescere la cultura imprenditoriale e la competitività, nel pieno rispetto delle persone che ne fanno parte.

Mi sembra che la vostra crescita sia avvenuta in questo senso e grazie per l'attenzione che dedicate ai dettagli, è la vostra arma vin-

cente sul mercato. Continuate così!

We have a great relationship with Datacontact and hope, that we can continue as it is. Thanks a lot.

Sono soddisfatta in termini di risultati (quantitativi e qualitativi) e di rapporti relazionali con i referenti. Mi auguro possiamo crescere in termini di volumi e mantenere la performance conquistata con l'impegno e la passione di tutti noi.

LETTURA DI SINTESI DEI RISULTATI

Dei 45 web questionnaire distribuiti ne sono stati restituiti in tempo utile per l'elaborazione 32. Tra i rispondenti si segnala, in termini di settore di appartenenza che il 25% è attivo in ambito TLC, il 18,8% Energia, 18,8% Servizi, 12,5% Trasporti, 9,4% Comunicazione, 9,4% Tv, 3,1% Ente Fiera, 3,1% Pubblica Amministrazione.

In termini dimensionali, il profilo dei rispondenti vede il 53,3% di realtà con oltre 1000 dipendenti; 6,3% tra 1000-501; 9,4% tra 500-201; 3,1% 200-101; 9,4% tra 100-51-; il 12,5% 50-21; 6,3% fino a 20 tra dipendenti e collaboratori.

Il 50% dei clienti partecipanti alla survey utilizzano i servizi Datacontact da almeno 3 anni (25% 3-5 anni e 25% da 5-10 anni). Il 28,1% da 1-3 anni mentre il 21,9% da un anno o meno (12,5% 1 anno e 9,4% ultimi 6 mesi). Quasi il 70% dei clienti utilizza i servizi di Contact Center Outbound (68,8%), il 34,4% i servizi Inbound, il 28,1% le Ricerche di Mercato e il 6,3% i servizi di Comunicazione Integrata. Con percentuali simili, si registra che gli stessi clienti si rivolgono ad altri fornitori per i medesimi servizi e quindi il 62,5% per l'Outbound, il 37,5% per l'Inbound, il 31,3% per le Ricerche e il 9,4% per la Comunicazione. Il 18,8% dei rispondenti però, dichiara di non rivolgersi ad altri fornitori per queste tipologie di servizi avendo come unico fornitore Datacontact.

Tra gli aspetti positivi di Datacontact vengono riconosciuti: la competenza e professio-

nalità (46,9%), la flessibilità (31,3%), la relazionalità positiva/ disponibilità (25%), la serietà e affidabilità (18,8%), la tempestività (12,5%), la centralità delle risorse umane (12,5%), l'organizzazione e la precisione (6,3%), il rapporto qualità/prezzo (6,3%).

Viceversa, tra gli aspetti meno positivi si segnalano: la tempestività (12,5%), la tecnologia e innovazione (6,3%), la flessibilità (3,1%) e la relazionalità (3,1%).

È altresì da segnalare un significativo 40,6% di clienti che non indica alcun difetto, cui si aggiungono il 9,4% di rispondenti che non trovano alcuna particolare carenza e un 21,9% che risponde "altro".

Gli elementi di maggior competitività riconosciuti all'azienda sono: l'affidabilità del servizio (62,5%), la competenza e professionalità (56,3%), la qualità erogata (37,5%) e la flessibilità del servizio (31,3%). Seguono poi la tempestività (21,9%), la competitività economica (12,5%), la relazionalità (9,4%), l'eterogeneità di servizi (6,3%).

Viceversa, gli aspetti su cui Datacontact risulta meno competitiva rispetto ad altri fornitori sono: la competitività economica (25%), l'affidabilità del servizio, la flessibilità e la tempestività (tutte a 18,8%).

A seguire, con valori più contenuti, la relazionalità e la tecnologia/innovazione (entrambe a 9,4%), la qualità (6,3%) e l'eterogeneità di servizi (3,1%).

Significativa la percentuale di quanti non hanno saputo indicare gli elementi su cui altre realtà presenti sul mercato sono più

appealing di Datacontact.

Dei valori fondativi, la qualità è sicuramente il valore che Datacontact riesce ad incarnare meglio (46,9%). Al secondo posto la capacità di personalizzazione e flessibilità (28,1%).

Complessivamente i clienti Datacontact si dichiarano molto soddisfatti del rapporto/servizio offerto dall'azienda. Il voto medio di soddisfazione è infatti di 7,9 su scala 1-10.

Nello specifico, i punteggi attribuiti ai vari aspetti costitutivi il rapporto con Datacontact sono: 8,4 per la serietà; 8,3 per la relazione con il committente; 8,1 per qualità, professionalità e competenza; 8,0 per risorse umane; 7,9 per comunicazione; 7,7 per flessibilità e personalizzazione; 7,6 per tecnologia; 7,4 per innovazione.

Anche sul fronte relazionale il giudizio dei clienti è piuttosto positivo con voto medio di 7,9 su scala 1-10 ripartito sui vari aspetti come segue: 8,4 per la relazione con i referenti; 8,1 per adattabilità/ flessibilità e tempestività; 8,0 per l'eshaustività delle risposte fornite; 7,8 per la capacità di comprensione delle esigenze; 7,7 per la capacità di problem solving.

I tre quarti del campione di rispondenti dichiara di non aver mai incontrato alcuna difficoltà nel rapporto con Datacontact.

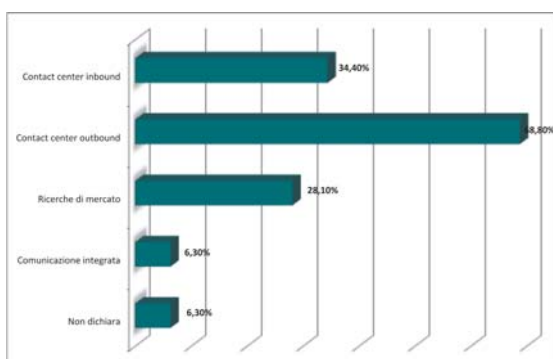
Il 25% che invece ha avuto qualche problema con l'azienda (= 8 casi) rivela che gli aspetti in cui si sono registrate delle carenze sono imputabili a: flessibilità (50%), efficien-

za (37,5%) e capacità di ascolto (25%).

Quanti conoscono l'azienda da più di un anno (25 rispondenti su 32) e quindi hanno un rapporto più duraturo e consolidato con Datacontact, ritengono che nel corso del tempo l'azienda sia cambiata in positivo soprattutto in termini di maggiore competenza e specializzazione (52%), maggiore qualità (44%), maggiori dimensioni e quindi per numeri e struttura (40%).

Viceversa, i cambiamenti negativi registrati si concentrano sugli aspetti di competitività economica (16%) e organizzazione (12%). Anche in questo caso, però, particolarmente significative sono le percentuali relative a chi non rileva alcun cambiamento negativo (32%) e chi non dichiara alcunché faticando ad identificare aree di peggioramento (36%).

Il 65,6% dei clienti partecipanti alla survey conosce la newsletter aziendale "Gente che... contact!" e il giudizio è trasversalmente positivo (voto medio di 4,1 su scala 1-5). Nessuno infatti giudica questo house organ negativamente e solo il 9,5% lo vive con indifferenza. Il 44,4% ritiene che sia rappresentativa dell'attenzione per il clima interno, strumento di trasparenza e condivisione. Il 38,9% lo giudica complessivamente interessante, il 27,8% ritiene che sia utile soprattutto sul fronte interno. Il 22,2% valuta la buona realizzazione del giornale e il 16,7% considera che sia utile per mantenere continuità di rapporto con committenti e partner.



Tipologia di servizi erogati da Datacontact utilizzati (possibilità di risposta multipla)



Analisi parametri sezione Customer Satisfaction: voto medio su scala 1-10



Convention di Sky: "combattere per essere i primi"

Il 20 luglio 2011 si è tenuta a Napoli la Convention di Sky, alla quale hanno preso parte gli esponenti dei vari call center che gestiscono questa commessa in Italia.

Naturalmente anche Datacontact, in veste di partner di Sky, ha partecipato con la presenza di Laura Tosto, in compagnia di alcuni responsabili ed operatori di Bari e di Matera.

La partenza era fissata per le 5.15 del mattino da Bari e dopo aver bevuto un caffè per svegliarci, siamo partiti alla volta di Matera per raccogliere la restante parte dei partecipanti. Giunti a destinazione verso le 6.30 circa, abbiamo consumato altri caffè per non cedere alla sonnolenza e ci siamo rimessi in viaggio verso Napoli. Il viaggio è stato lungo e un po' estenuante, ma per le 10.30 circa siamo riusciti ad essere lì.

Appena giunti a Napoli, abbiamo raggiunto l'Hotel Royal Continental, dove ha avuto luogo la Convention. All'arrivo abbiamo segnalato la nostra presenza al comitato di accoglienza e subito dopo ci siamo dedicati ad un ristoro di benvenuto. Ultimo anche questo momento, abbiamo approfittato dell'attesa per rilassarci un po' e fare anche qualche foto tutti insieme appassionatamente.

Dopo è stato il momento di prendere parte alla Convention vera e propria. Qui i responsabili dei più alti livelli di Sky si sono susseguiti, mostrando filmati, immagini e grafici, relativi alle campagne pubblicitarie in corso, le novità sui contenuti dei prodotti ed i risultati ottenuti e non dall'azienda.

Durante questo momento sono stati mostrati i risultati raggiunti nell'ultimo esercizio chiuso a giugno, parametrati anche a quelli dell'esercizio precedente. Naturalmente ci sono stati elogi per i brillanti risultati dell'outbound di Sky, ottenuti soprattutto nell'ultimo trimestre dell'esercizio, che è stato il migliore dalla nascita di Sky stessa; tuttavia non sono man-

cate le critiche derivanti dal mancato raggiungimento dell'obiettivo di 5.000.000 clienti, che è stato sfiorato a causa di clienti che, in numero maggiore rispetto alle aspettative, hanno lasciato il servizio e a causa delle "cancellations before activations", cioè dei clienti che vengono persi dopo le trattative concluse, per motivi legati ad una carenza di diligenza nel lavoro svolto durante i vari passaggi del contratto. Un altro punto focale posto all'attenzione dei presenti è stato anche quello della "fidelizzazione del cliente", cioè svolgere con il cliente neo-acquisito una trattativa che sia chiara in tutti i suoi punti, senza aspetti occulti che possano portare il cliente ad uscire troppo prematuramente dal servizio.

Questa parte della Convention è terminata con l'augurio di dare continuità ai risultati ottenuti, cercando anche di migliorarsi, prestando attenzione ai fattori negativi di cui si è prima parlato. Successivamente sono stati premiati i "top performers" di ogni azienda presente, con un weekend in un centro benessere a scelta tra quelli proposti. Terminata la Convention vera e propria abbiamo pranzato e una volta concluso, ci sono state regalate delle sacche contenenti gadgets di Sky.

Dopo aver fatto qualche foto, ci siamo rimessi in viaggio verso Bari. Prima di partire, però, sia Laura Tosto sia Rosa Lepore ci hanno ancora una volta rinnovato l'invito a dare il massimo di noi stessi in questa attività, ma soprattutto a dare ottimi risultati, che sono strettamente connessi alla crescita della nostra azienda. Terminato questo momento molto serio, si è subito contrapposto un momento di allegria e di unione tra i partecipanti baresi e materani, durato fino al nostro arrivo a Bari, dove ci siamo salutati e promessi di rivederci presto.

Alessandro Bottalico
(Bari)

Il Road Show e la mia sorpresa...

Il 20/07/2011 presso l'Hotel Continental di Napoli si è tenuto l'incontro tra i dirigenti di Sky e le società partners del canale Teleselling Outbound, al fine di inaugurare il nuovo anno commerciale di Sky e condividere i nuovi obiettivi.

Io con alcuni colleghi di Matera e di Bari, accompagnati da Laura Tosto, Rosa Lepore, Luisa Artuso e Giuseppe Grieco ho rappresentato la Società Datacontact.

Tutti eravamo entusiasti di partecipare. Arrivati a Napoli i nostri occhi hanno goduto delle bellezze paesaggistiche e le nostre orecchie della frenesia dei suoi abitanti.

Siamo entrati nel bellissimo Hotel Continental e abbiamo iniziato a guardarci intorno.

Al ricevimento ci è stato consegnato un bracciale bianco brandizzato Sky, subito dopo assieme agli altri ospiti ci siamo avvicinati al buffet preparato per il Welcome coffee e al termine di questo è iniziato il Road Show nella Sala Convegni.

Attraverso numerose slide ci è stato mostrato l'obiettivo dello scorso anno commerciale, che abbiamo raggiunto nella quasi totalità (manca pochissimo ai 5 milioni di clienti!) e l'obiettivo attuale, tutto questo tramite filmati ricchi di emozioni e di adrenalina pura, dall'intrattenimento ai documentari, alla musica, il Cinema, lo Sport, insomma l'offerta completa dei contenuti della nuova stagione televisiva di Sky.

Tutto ciò, come già ho anticipato, ha suscitato in noi forti emozioni ed è proprio questo che dobbiamo trasferire al cliente attraverso la nostra voce e le nostre parole. Noi non vendiamo un prodotto, ma la capacità di emozionarsi guardando un film, un documentario, una partita; questo accade solo con Sky!

Al termine dei filmati i Dirigenti del Canale hanno cominciato a parlare di premiazioni: io ero lì seduta, totalmente ignara della gioia che

avrei provato di lì a poco.

Ad un certo punto ho sentito pronunciare il mio nome come best performer per la società Datacontact, sullo schermo c'era scritto ANNA MARIA MASTROMARINO a caratteri cubitali con una stella accanto! Non credevo ai miei occhi e alle mie orecchie.

Dire che fossi sbalordita è dir poco.

Emozionatissima sono salita sul palco per ritirare il mio premio che consisteva in un week end per due persone in un relais Benessere del pacchetto Boscolo.

Ho avuto l'opportunità di scegliere tra varie mete, in Italia e all'estero, io ho optato per la Toscana in Val di Chiusa.

Per me il Road Show ha rappresentato un momento indimenticabile del mio percorso lavorativo e una grandissima soddisfazione personale, subito ho chiamato la mia famiglia ed il mio ragazzo per condividere con loro la mia gioia, che dire... Fieri di me!

Questo viaggio/premio racchiude il lavoro che ogni giorno svolgo con passione e costanza; c'è la voglia di raggiungere sempre nuovi traguardi, c'è la sfida che ogni mattina faccio con me stessa perché voglio e devo attivare, in sostanza è il risultato del mio lavoro quotidiano a 360°.

Grazie a Sky che mi ha regalato il viaggio che farò con la mia dolce metà, e grazie all'azienda e a chi ha creduto in me sin dal mio primo giorno di lavoro presso la sede di Bernalda tre anni fa. Il mio impegno sarà sempre al massimo e sono certa che l'azienda continuerà a credere in me. Mi piace ricordare sempre che prima di poter vendere dobbiamo poter credere in noi stessi e nelle nostre potenzialità di venditori/attori... Emozioniamoci ed emozioniamo!!!

Anna Maria Mastromarino
(Matera)



Il mio viaggio nella ricerca

La mia estate è iniziata con un viaggio. Anche se il mio entusiasmo al check-in in aeroporto a Bari era il medesimo di quello di chi parte per le vacanze la mia meta era, invece la sede milanese di Datacontact.

Ad aspettarmi in ufficio, le colleghe meneghine Laura Locatelli e Lucia Mazzoldi, la mia tutor, pronte ad introdurre nel mondo delle ricerche di mercato con un corso di formazione studiato ad hoc e incentrato sulle indagini quantitative.

Una settimana di intenso lavoro durante la quale ho potuto approfondire tutto il processo che parte dalle esigenze/ricieste del cliente fino alla consegna da parte nostra del lavoro completo. Un iter complesso e delicato che porta la Divisione Ricerche a generare degli output che per i committenti hanno un'importanza strategica. La professionalità e la cura dei dettagli in ogni fase gestita è d'obbligo dato che i nostri clienti sono operatori di mercato per i quali le "informazioni" non sono solo dati utili a migliorare l'efficacia dei processi decisionali ma piuttosto uno strumento che consente di conseguire un vantaggio competitivo. I manager, infatti, hanno bisogno, sempre più

spesso ed in modo tempestivo, di studi organici su specifiche situazioni e la ricerca di marketing è senza dubbio la migliore funzione che permette di identificare e definire problemi e opportunità; valutare e mettere appunto le azioni di marketing da intraprendere; monitorare i risultati di tali azioni.

Tra le attività svolte ogni giorno negli uffici di Datacontact dedicati alla marketing research c'è infatti quella di specificare le informazioni utili per rispondere agli interrogativi di marketing, attraverso la definizione, la raccolta, il compendio e la presentazione di un insieme di dati utili a descrivere in modo adeguato il fenomeno d'interesse in quel dato momento. L'opportunità offertami dall'azienda di poter seguire gli insegnamenti di Lucia è stata un'occasione unica ed impareggiabile un'esperienza formativa importante, grazie alla quale ho potuto acquisire e sviluppare nuove conoscenze e competenze, utili per il mio percorso di vita, sia dal punto di vista professionale che personale.

Isabella Donvito
(Matera)



Dal microfono alla cuffia

Ebbene si un pò come Clark Kent, mi trovo qui a rivelare la mia doppia identità; operatore di call center di giorno, cantante di notte.

Tutti avete avuto modo di poter assistere al grandioso musical messo su per la convention 2011, riuscitissimo grazie al coinvolgimento e l'impegno di tutti e ad ore ed ore di prove nonché ad una direzione artistica d'eccezione; e anche se molti non erano mai saliti su di un palco prima di allora con determinazione, passione ed un pò di paura (eravate veramente tanti sfido chiunque) siamo riusciti a farvi divertire. Un'esperienza che ha lasciato il segno creando nuove amicizie e consolidandone vecchie.

Vi devo confessare una cosa però, per me non era la mia prima volta; anche se molti di voi effettivamente già conoscono la mia passione per la musica grazie anche alle scorse convention; eccomi qui quindi a raccontare qualcosa in più su questa mia doppia vita. Si può dire che canto da sempre, anche se professionalmente solo da tre anni; inizialmente era solo un passatempo, poi una passione, ora una ragione di vita.

Ascolto diversi generi di musica, non precludo nulla all'ascolto, dal metal, all'r&b passando per il pop fino al jazz più sperimentale.

Canto solitamente pop/rock con un occhio di riguardo ai grandi cantautori italiani (tra cui Tenco che amo particolarmente), anche se sta nascendo una passione tutta nuova per i ritmi jazz, swing. Insomma non mi faccio mancare nulla! Attualmente faccio solamente cover, ma mi piacerebbe un giorno scrivere miei pezzi.

Alcuni avranno già modo di conoscermi con il mio nome d'arte, Wario che sta ad indicare il contrario di Mario, quasi come a dividere la



vita artistica da quella di tutti i giorni (dal microfono alla cuffia come dicevo) e sottolineo ancora di più la parte contraddittoria del mio carattere.

Nel corso di questi anni ho ricoperto diversi ruoli dal cantante serio ed impegnato sui palchi di concorsi nazionali fino a rivestire i panni dell'Orso Baloo per "I ladri di favole" in uno spettacolo dedicato a Disney, un'altra bellissima esperienza, far divertire i bambini non è cosa facile!

Prima che trasformi l'articolo in un curriculum artistico è meglio che chiuda. Se avete voglia di saperne di più, sentire altri pezzi e dire la vostra cliccate su "MI PIACE" al link www.facebook.com/Wariosinger

P.S. un appello ai musicisti presenti in Datacontact se siete determinati ed avete voglia di fare musica e vi serve una voce sapete chi chiamare.

Mario Pietracito
(Matera)

L'emozione ha voce

Un saluto a tutti voi, "gente che contact", colleghi, amici. Sono Renzo e lavoro per la sede Datacontact di Matera come operatore telefonico per la Vodafone Business. È la prima volta che affido i miei pensieri e le mie parole a questa vetrina e utile spazio di confronto. Perché non usarlo? Perché non far sentire la mia voce e trasmettere le mie personali emozioni ed esperienze a tutti quanti voi? Voi che condividete le mie stesse vittorie, ansie, dubbi e soddisfazioni... È da circa un anno che sono entrato a far parte della "famiglia" Datacontact. Sì, famiglia. Non è un termine scelto a caso. Sfatiamo, per favore, il luogo comune e dannatamente abusato che vuole i Call Center quali "campi di concentramento", per povere vittime destinate come automi privi di razionalità a obbedire a ordini incontestabili di aguzzini disumani, pronti a far fuori con malsano piacere l'operatore di turno al minimo errore o magari per un'irrimediabile antipatia.

Ma dai... forse in qualche pellicola di serie D. È vero, è un'attività che richiede "attributi" non indifferenti e nervi saldi, attitudini da Latin Lovers, conquistatori di clienti anche quando al telefono ci risponde la figlia di Ugo Fantozzi; mostrare grinta da leader anche quando l'umore non è dei migliori e il nostro hobby del momento è collezionare pagelline dei defunti o si fa fatica anche a spegnere una candela sulla torta di compleanno; cordialità, anche se vorremmo far ingoiare al signor o signora X la Vodafone Station con tutta l'Internet key, concentrazione quando la nostra mente è a Hollywood a sorvegliare un drink a bordo piscina della villa di Sharon Stone e abilità nell'attivare un contratto Vodafone per la crescita istantanea di una folta chioma biondo platino a Vincenzo o di illustre con dovizia di particolari i vantaggi di una linea ADSL all'ultimo rappresentante della tribù Awakaku nella sua lingua originaria. Pazienza... tanta pazienza e dire sempre: "signora Maria, non si preoccupi assolutamente, è soltanto la ventunesima volta che ripetiamo la registrazione vocale".

Le situazioni di stress ci sono, vero, il pollice verso in certi giorni sembra indicare sempre noi e la nuvoletta nera è accampata sulla nostra cuffia. La "Missione Obiettivo" a fine mese ci vede smunti come una vacca nel Sahara. Ma... c'è, fortissimamente c'è, il risvolto della Medaglia, l'altra faccia della mela, la parente Bona di Fantozzi: tutto questo rende vivi, adrenalinici, determinati, eclettici.

Le potenzialità, magari latenti in noi, vengono

a galla, migliorano e divengono micidiali strumenti di vittoria. Imparare, giorno dopo giorno, telefonata dopo telefonata, a "conquistare" la fiducia del cliente, plasmarne la volontà come creta nelle mani del più ispirato degli artisti, crea enormi e appaganti soddisfazioni che moltiplicano la stima in se stessi, con conseguenti vantaggi per la propria vita personale. A me è successo e, ne sono sicurissimo, anche a voi.

Fondamentale è la "squadra", la complicità che ti unisce e ti deve unire ai colleghi (occhio, però, alle "primedonne", ai "senza di me non si va da nessuna parte" sorridenti loro, ma non fateci troppo affidamento e sappiate che sono in avanzata via di estinzione). Colleghi, responsabili, persone e, pian piano, amici e confidenti preziosi, mani da stringere nei momenti di bisogno, il sorriso che rende leggera ogni caduta, la voce che ti conforta e ti dà la carica. Un aspetto che ho molto apprezzato in Datacontact è la meritocrazia riconosciuta come valore imprescindibile dell'attività lavorativa. Tutti noi abbiamo la concreta possibilità di accarezzare le nostre ambizioni di crescita professionale. Basta crederci. E fare in modo che anche l'azienda creda in noi e nel nostro valore. Senza mai perdere coraggio e facendo in modo che l'impossibile diventi realtà, che il nostro sia un 6 al Superenalotto, che la ragazza/o dei nostri sogni s'innamori di noi, nonostante il nostro sex appeal sia pari a quello di un tonno. Non mettendo mai in dubbio le nostre capacità, così potenti da trasformare le zone d'ombra in punti di forza (spendibili anche per la sfera extra lavorativa).

Tanti vantaggi in un unico prodotto, vero?

Forza, amici Datacontactiani, sorridete.

E fate che ogni vostra scommessa sia una vittoria certa. Quando vi sentirete un po' sottotono, pensate alle "perle" che i cari clienti ci propinano in abbondanza (l'altro giorno, in registrazione, ho chiesto ad una signora di indicarmi la Ragione Sociale e mi ha risposto: "perché è conveniente" e un tizio al quale ho chiesto tipo e numero del documento d'identità ha risposto "rettangolare e cartaceo").

In alternativa, considerate che siamo così tanti che ogni giorno qualcuno di noi festeggerà, con immancabili dolcetti e pasticcini, il suo compleanno. Ma cosa si vuole più dalla vita? Carissimo Adriano Celentano, non te la prendere a male, ma per me "L'EMOZIONE HA VOCE".

Renzo Vismara
(Matera)

Una grande amicizia nata in azienda

Ho scelto "gente che... contact!" per raccontare di una grande amicizia nata proprio all'interno dell'azienda. Tutto ha inizio nel 2006 con il nostro arrivo in Datacontact nella commessa Telecom outbound... ma è stato sicuramente il nostro passaggio in Tim-inbound a far scattare la scintilla, la simpatia reciproca che ha dato vita a questa amicizia!

Ho sempre pensato che a volte non è importante la durata di un'amicizia, ma la qualità. Infatti è da 5 anni che io e Simona ci conosciamo, il nostro rapporto è cresciuto in modo sincero e pieno di rispetto cercandoci a vicenda per consigliarci, per sorridere e anche per piangere a causa delle esperienze che la vita ci riserva. L'annuncio del suo matrimonio è stata una sorpresa bellissima e tutti i preparativi vissuti con lei a partire dalla scelta del suo abito, al fioraio alla prova pranzo e al ruolo importante da testimone che quel giorno ho avuto... ero strafelice di testimoniare un "grande



amore". Ho voluto sottolineare la nostra amicizia perché in questa grande famiglia lavorativa si ha la possibilità di fare scambi interpersonali e condividere grandi emozioni!

Grazie a questo lavoro ho incontrato una grande amica, quindi ringrazio tutto il comitato di redazione a partire da Rossella Tosto con Isabella Donvito per avermi dato la possibilità di raccontare l'amicizia tra me e Simona!

Annunziata Vargliano
(Matera)

viaggi d'estate



Egittiamo

Spesso il viaggio estivo nasce da una scelta casuale, partendo dall'esigenza di staccare per qualche giorno e andare lontano dai luoghi comuni. Spesso a decidere è il budget stabilito, o le condizioni climatiche, o ancora la situazione geo-politica dei Paesi che tradizionalmente costituiscono la meta del nostro turismo.

Mai come quest'anno - anche per chi ha avuto tempo e modo di pianificare un viaggio - è stato necessario andare per esclusione: a fidarsi ciecamente di quanto segnalato dal portale del Ministero degli Esteri (viaggiare sicuri) anche una settimana a Metaponto avrebbe comportato qualche rischio...

Scherzi a parte, però, la situazione di gran parte dei Paesi africani ha scoraggiato i più dalle destinazioni a sud del Mediterraneo dirottandoli su Spagna, Grecia e Croazia o - con costi sicuramente maggiori a parità di offerta turistica - sul nostro caro Bel Paese.

È per questo che decidere di andare in Egitto a tutti i costi è sembrato all'inizio un azzardo, soprattutto agli occhi di amici e parenti, rivelatosi invece una scelta azzeccata e per certi versi addirittura fortunata.

Non sono un viaggiatore metodico, a parte qualche capatina su trip advisor per scegliere la struttura e il tour operator e l'immancabile guida Lonely Planet perchè non si sa mai...

Un viaggio è sempre una scoperta, a Maratea come a Marrakech, a Bergamo come a Pergamo. Un viaggio in Egitto però non è una semplice vacanza, e la mia leggerezza da viaggiatore naïf mi ha permesso di misurare giorno dopo giorno uno stupore crescente per la meraviglia di quei luoghi. Meraviglia e stupore che dopo tanti giorni non riesco a dimenticare, tanto da temere di aver contratto quella fantomatica malattia che nei romanzi e racconti di viaggio viene chiamata mal d'Africa.

Visitare questo continente attaccato al Mediterraneo significa andare oltre nello spazio, ma anche andare indietro nel tempo; e per chi ha qualche anetto come me, gli sguardi dei bambini nubiani sono gli stessi che avevamo noi da piccoli quando si giocava per strada e non passavano le macchine, ed eravamo un po' più monelli e un po' meno annoiati.

Certo, si tratta di esperienze turistiche sapientemente combinate da tour operator navigati, capaci di portarti in un giorno da Luxor ad Abu Simbel alla diga di Assuan con pomeriggio al tempio di Philae e giro in feluca sul Nilo, visita a un autentico villaggio nubiano con cammellata sulle sponde del grande fiume e ritorno in bat-



tello per godere di un tramonto mozzafiato. È che alla fine di due settimane veramente intense, tra Musei Egizi e Faraoni, Piramidi e Templi, Divinità e barche solari, pesci pagliaccio e coralli, quello che proprio non va via è tutto ciò che la macchina fotografica e la telecamera non sono riusciti a catturare. Si tratta di luci, suoni e colori che rappresentano un Paese ma anche un Continente. I simboli di una civiltà millenaria in un contesto naturale che ti fa girare la testa ogni istante, gli sguardi e i sorrisi dei bambini, la cortesia dignitosa di persone alle prese ogni giorno con l'enigma della sopravvivenza, il contrasto tra una ricchezza naturale quasi straripante e una miseria umana nascosta nei vicoli laterali delle città o nei quartieri fantasma del Cairo, una megalopoli da quasi venti milioni di abitanti. Tutto questo e tanto altro ancora in un Paese alle prese con un processo di democratizzazione che forse abbiamo sottovalutato perchè ci siamo limitati a valutarne l'impatto sulle nostre vacanze (prenotati solo il 30% delle disponibilità e pochissimi turisti in giro per Musei e mercati) o sul prezzo del carburante (che li costa 0,20 euro al litro...).

Anche se non mi piacciono gli appelli, faccio un'eccezione per dire a tutti di andare in Egitto superando le perplessità indotte dalle notizie frettolosamente riportate dai giornali: non c'è nessuna percezione di pericolo perchè vi sono semplici manifestazioni nella Piazza Tahrir e nulla altro. C'è un Paese stupendo in cui si possono coniugare cultura, archeologia e un mare ricchissimo (la barriera corallina è un'esperienza meravigliosa). C'è un Paese giovane che rappresenta una grande speranza per il futuro e la democrazia del Mediterraneo: sì, il Mediterraneo, il nostro mare e la nostra terra che spesso osserviamo sulla cartina geografica solo per scegliere dove andare in vacanza.

Giuseppe Sciacovelli
(Potenza)

Viaggio in famiglia

Ripensando alle vacanze Estate 2011 appena trascorse riaffiorano in me emozioni di un calore e di una felicità indimenticabile. Partire per il viaggio e vedere tra le cose da portare con sé anche le creme solari e prodotti di protezione e di toilette per la piccola Laura è stato un momento di indescrivibile gioia.

Ha fatto da cornice alla nostra prima vacanza insieme la città di Margherita di Savoia; una località sull'Adriatico non molto distante da Minervino Murge ma che regala sempre ai propri vacanzieri tanto sole e relax.

I momenti trascorsi sulla spiaggia sono stati quasi interamente dedicati alla piccola che ha tanto amato bagnarsi i piedini nel mare e prendere la tintarella, per poche ore, accanto a papà. Mi auguro che tutti i miei colleghi abbiano tra-

scorso in serenità le proprie vacanze condividendo momenti di rigenerante spensieratezza con i propri cari.

Mariano Renna
(Matera)



Le mie vacanze

Avete presente quando gli eventi sembrano essersi messi d'impegno per remarti contro?

È esattamente così che mi sono sentita quando mi hanno comunicato che non era stato possibile accordarmi il periodo di ferie che avevo richiesto e le date che mi erano state concesse non coincidevano con le ferie dei miei amici!!! Come immaginerete, benché le tanto desiderate ferie stessero per arrivare, l'umore non era dei migliori... ma la vita è imprevedibile e stava per sorprendermi!!!

Ero in ferie da soli due giorni, stavo prendendo un caffè col mio miglior amico che era appena rientrato dalla Cina, luogo in cui ormai vive stabilmente, quando parlando di viaggi ed esperienze mi informa che l'indomani sarebbe partito per la Sardegna e che una delle persone che avrebbe dovuto villeggiare con lui aveva trovato un alloggio diverso perciò se avessi voluto avrei potuto sostituirla e partire con lui pagando SOLTANTO IL VOLO!

Ma ci pensate?! Io che ho sempre sognato di visitare la Sardegna avevo la possibilità di essere su quelle splendide spiagge che solo due giorni prima guardavo sorniona su Internet!!! Inutile dire che sono corsa a casa, ho prenotato il biglietto aereo e la mattina seguente ero seduta su un volo Alitalia diretta verso la costa sud della Sardegna!!! Vi assicuro che le immagini viste su giornali o internet non rendono neanche la metà di quei posti splendidi!!! Grazie al fatto che l'alloggio era GRATIS (visto che il mio amico ha conoscenze un pò dovunque) abbiamo potuto girare tanto... abbiamo

improvvisato un'escursione sulla spiaggia di Villasimius, luogo in cui villeggiavamo, trovandoci ad attraversare la costa sia a piedi che a nuoto su una spiaggia popolata solo da gabbiani... per poi noleggiare un gommone che ci ha portato a fare il bagno in due piscine naturali circondati da pesci e da un mare che era talmente limpido da sembrare trasparente!!! Avete presente quando si dice "un paradiso terrestre"!? E poi è stata la prima vacanza con una persona che per me è da sempre un punto fermo... più di un fratello... che sembrava essere arrivato al momento giusto per regalarmi 5 giorni indimenticabili... e, paradossalmente, economici!!!

So che starò scatenando l'invidia di molti e che, soprattutto guardando la foto, in tanti vorrebbero un amico come il mio ma questa è stata per me un'ulteriore dimostrazione che nella vita nulla accade per caso e che a volte le cose che desideriamo non accadono perchè la vita ci riserva qualcosa di decisamente più bello!!!!

Michela Andrulli
(Matera)



Enel Energia... come l'acquario di casa mia!

Chi di voi ha mai posseduto un acquario tropicale o di acqua marina?

Voi direte: lavoriamo per conto di Enel Energia? Datacontact è un negozio di acquariofilia? O è partita una nuova commessa dove si vendono pesciolini e tartarughe? Domande lecite. State tranquilli, non è cambiato nulla, Datacontact è un Contact Center, e noi vendiamo ancora le nostre care offerte per la luce ed il gas!

La mia domanda è rivolta a tutti coloro i quali hanno avuto l'esperienza di un acquario od abbiano in mente di allestire a casa propria una vasca di pesci e piante tropicali (un suggerimento per il tempo libero), e a quanti, attraverso la mia descrizione, si renderanno conto dell'impegno profuso nella gestione di un acquario e troveranno molte analogie nella professione che svolgono quotidianamente.

Partiamo quindi dalla... "Pianificazione".

Prima di procedere all'acquisto della nostra vasca dobbiamo valutare attentamente alcuni fattori.

- Quale dimensione avrà la mia vasca?
- Quale sarà la posizione all'interno della nostra abitazione?
- Quale sarà il numero di pesci e piante da inserire?

• Di quanto cresceranno i miei esseri viventi? Nella scelta delle dimensioni influiranno molto l'aspetto e le dimensioni della vostra stessa abitazione. Considerate che una vasca più grande richiede meno manutenzione (aspetto che tratteremo in seguito) di una più piccola, quindi l'inesperienza non deve far pendere l'ago della bilancia a favore di quest'ultima.

La vasca deve essere collocata in un posto lontano da termosifoni e luce solare diretta.

La temperatura deve mantenersi costante e la luce solare, molto più efficiente di quella artificiale, potrebbe facilitare il proliferare di alghe. Per quanto riguarda la scelta delle piante e dei pesci, cercate di inserire esseri viventi che provengono da zone geografiche simili, o perlomeno che vivano in condizioni climatiche simili (soprattutto temperatura e tipo di acqua).

Fate una ricerca su internet, oppure fatevi consigliare dal negoziante che vi dirà anche le dimensioni massime che raggiungeranno le piante ed i pesci che allevate.

Seconda tappa... "Start-up" della commessa... ops!... della vasca!

Scelta la vasca, si rende necessario dapprima allestire il fondo con appositi fertilizzanti e ghiaietta, successivamente si possono inserire le piante nel terreno, avendo cura di farlo in maniera prospettica, sia per facilitare l'arrivo di luce a tutte le piante e sia per rendere più gradevole il layout, quindi quelle più alte dietro e via via quelle più piccole e basse più vicino rispetto alla nostra visione.

Inserite le piante dobbiamo riempire d'acqua la nostra vasca ed inserire la "colonia batterica" (si tratta di veri e propri batteri, che permettono la trasformazione biologica delle sostanze nocive contenute nell'acqua e prodotte dai pesci - attraverso gli escrementi - che possono risultare dannose per la vita dell'acquario). Dopo circa 10-15 giorni, l'acqua dell'acquario è pronta per ospitare i primi pesci, che vanno inseriti gradualmente (fatevi consigliare dal vostro negoziante).

Inizia il... "Controllo".

Una volta terminata l'operazione di Start-up, potremo accomodarci sul nostro caro divano ed ammirare la bellezza della vita all'interno della nostra vasca. Ma non è tempo di rilassarsi troppo! Bisogna armarsi di alcuni strumenti che ci

permetteranno di mantenere nella norma determinati valori, che vi elenco di seguito:

PH: la nostra acqua sarà acida o basica? Il valore ottimale per la maggior parte dei pesci è 7.5 / 8, quindi avremo un'acqua un po' basica.

KH: quanto "calcare" conterrà la nostra acqua di rubinetto? Il giusto. Perché molti elementi calcarei e/o rocciosi sono il naturale nutrimento delle piante (e devo dire che l'acqua del Pollino è veramente ottima!).

Nitriti: sono la prima trasformazione dei resti organici contenuti nell'acqua (avanzi di cibo, escrementi dei pesci, piante e pesci morti...). Sono molto pericolosi in quanto anche una piccola quantità può essere mortale per i pesci.

Nitrati: è la trasformazione, ad opera della colonia batterica inserita durante la fase di Start-up, dei Nitriti. I Nitrati non sono nocivi per la vita dell'acquario, e saranno eliminati con i cambi parziali di acqua.

Alghie: che vi ho elencato delle nostre piante! Cercate di non concimare in maniera esagerata, anzi effettuando dei cambi regolari di acqua (10/20% ogni 10/15 giorni) si introdurranno molte delle sostanze utili alle nostre piante; introducete piante a crescita veloce (da potare regolarmente però); attenzione alla luce diretta del sole.

Ciò che vi ho elencato è forse il lato meno "interessante" dell'avere un acquario a casa, ma bastano veramente 1/2 ore ogni 10/15 giorni ed un po' di passione per coltivare questo hobby ed ottenere ciò che vedremo nel paragrafo seguente.

Ora arrivano i... "Report"

Se tutte le fasi precedenti sono state seguite nella maniera corretta, non sarà difficile rimanere sorpresi dai risultati raggiunti.

L'espressione massima dell'equilibrio raggiunto nella vasca, è la nascita degli avannotti, cioè i "cuccioli di pesce"! Avrete così una famiglia più numerosa da sfamare! Ma anche la crescita continua delle piante, e la nascita di nuove, sono motivo di soddisfazione.

Avere un acquario è sicuramente un impegno, quindi se pensate di comprarlo perché affascinati solo dall'estetica, avete sbagliato di grosso! Il contenuto e l'equilibrio di esso sono l'aspetto fondamentale del micro-sistema creato, e ciò non può prescindere dalle fasi descritte sopra. Pianificare al meglio, senza avere fretta di ottenere risultati immediati, scarsi nella qualità; Effettuare i controlli e la manutenzione con costanza, con equilibrio, secondo determinate scadenze... meglio prevenire che curare! Metterci una buona dose di passione, sarà la vostra arma in più!

A conclusione di queste righe in cui, a tratti, mi sentivo un po' Piero Angela e un po' Jacques Cousteau, auguro a tutti un buon rientro dalle vacanze.

Luigi Scupola
(Matera)



INTERVISTE QUADRUPLE a cura di Michele Cifarelli



Massimo Di Gregorio
(Matera - via Lazizzera)



Laura Latorre
(Matera - viale Europa)



Stefania Fusano
(Bari)



Maria D'Elia
(Potenza)

Estate 2011 ormai quasi alle spalle. Se dovessi definire con un aggettivo la tua estate, quale useresti? Perché?

Massimo: Rilassante!

Laura: Estate serena, trascorsa in pieno relax dopo i lunghi mesi invernali.

Stefania: Tranquilla e in pieno relax!

Maria: Meravigliosa! Mi sono molto divertita e ho incontrato gente speciale.

Qual è secondo te l'evento di questa estate che verrà ricordato come il più significativo?

Massimo: In generale, la guerra in Libia e la rivoluzione dei giovani in Nord Africa.

Laura: Ti rispondo sul piano personale e ti dico che significativi sono stati i risultati conseguiti sul lavoro. Ma di questa estate mi rimarrà anche il ricordo della Convention.

Stefania: La Convention di luglio!

Maria: La Convention aziendale! È stata la mia prima Convention e la coincidenza ha voluto che fosse proprio quella del decennale.

Quando scegli la meta delle tue vacanze estive, preferisci rivolgerti alle agenzie di viaggio, farti consigliare dagli amici o cerchi l'occasione su internet? Perché?

Massimo: Cerco i suggerimenti su internet ma poi mi rivolgo alle agenzie.

Laura: Mi rivolgo agli amici: loro hanno esperienza e viaggiano parecchio.

Stefania: Vado in agenzia, per andare sul sicuro.

Maria: Mi rivolgo alle agenzie. In vacanza voglio tranquillità e sicurezza.

Avevi qualche particolare obiettivo o desiderio che sei riuscito a realizzare nel corso di questi mesi? E uno invece che non sei riuscito a centrare?

Massimo: L'unico vero obiettivo, dopo i mesi invernali, era proprio quello di concedermi una vacanza. Mi sarebbe piaciuto andare all'estero ma a causa di imprevisti ho dovuto rimandare.

Laura: Gli obiettivi raggiunti sul lavoro ma anche il riavvicinamento con una mia amica di vecchia data. Mi sarebbe piaciuto invece riuscire a fare una vacanza all'estero.

Stefania: Nessuno in particolare ma nella vita quotidiana sono riuscita a fare quello che volevo.

Maria: Nessuno in particolare. I veri obiettivi li ho raggiunti in inverno, soprattutto sul lavoro.

Dove hai trascorso le vacanze quest'anno?

Massimo: Nel Salento, quattro giorni fra Pescoluse e Torre San Giovanni, per la vicinanza e la bellezza dei posti.

Laura: Ho trascorso quattro giorni a Ginosa, dai miei suoceri.

Stefania: Su consiglio dell'agenzia, sono stata in Spagna a Palma di Maiorca.

Maria: Ho trascorso una settimana a Roseto, in Calabria, e una Gallipoli.

Con gli amici, in compagnia del partner o in perfetta solitudine. Con chi preferisci trascorrere le tue vacanze? E quelle di quest'anno con chi le hai trascorse?

Massimo: Con la partner o con gli amici ma

dipende dal tipo di viaggio. Quest'anno sono stato con la mia ragazza.

Laura: In compagnia di mio marito e, perché no, degli amici. Quest'anno sono stata con lui e i nostri genitori, sia pure per pochi giorni.

Stefania: In generale preferisco trascorrerle col partner e le vacanze di quest'anno non hanno fatto eccezione.

Maria: Sicuramente con gli amici, con i quali ho trascorso anche le vacanze di quest'anno.

C'è un aspetto del posto in cui sei stato (la gente, l'accoglienza, le tipicità locali, le occasioni di svago) che ti ha colpito in modo particolare, in positivo o in negativo?

Massimo: Mi ha colpito il forte legame con le tradizioni, che si riflette nelle numerose sagre e nella pizzeria.

Laura: Ti devo dire che ciò che mi ha colpito di Ginosa è stato trovare moltissima gente con voglia di divertirsi, nonostante la crisi.

Stefania: Mi ha colpito molto la gente del posto, sempre molto educata. Ma sono rimasta colpita anche dal paesaggio, le spiagge e l'organizzazione.

Maria: A Gallipoli, la solarità della gente e il suo modo di interagire. Sul fronte turistico poi il Salento si conferma all'altezza della sua fama.

C'è qualcosa che non vedevi l'ora di buttarti alle spalle, una volta partito?

Massimo: La routine quotidiana: volevo proprio buttarmi tutto alle spalle.

Laura: Lo stress e la stanchezza accumulati in inverno.

Stefania: Il lavoro! Avevo troppa voglia di rilassarmi!

Maria: Non mi sono buttato alle spalle nulla di particolare. Tutte le stagioni vanno vissute per quello che offrono.

Se potessi tornare indietro e cambiare qualcosa della tua vacanza, quale sarebbe? Perché?

Massimo: Avrei voluto allungare le vacanze di qualche giorno.

Laura: Convincere mio marito, che ha una attività commerciale, a chiudere per una intera settimana.

Stefania: Nulla in particolare anche se avrei fatto volentieri qualche giorno di vacanza in più.

Maria: Avrei voluto coinvolgere un amico che ho dimenticato di invitare.

Nostalgia, noia, voglia di tornare alle abitudini di sempre, indifferenza. Con quale stato d'animo ti accingi ad affrontare l'autunno, ormai quasi alle porte?

Massimo: La ripresa autunnale? Ho tanta voglia di riprendere le mie abitudini, migliorare i risultati e iniziare a pensare al matrimonio.

Laura: Riprendo le mie attività con positività, carica e pronta a superare i nuovi ostacoli e a cogliere gli obiettivi.

Stefania: Riparto con tanta nostalgia! L'estate è troppo bella!

Maria: Con entusiasmo perché mi piace guardare al futuro.

COME ERAVAMO

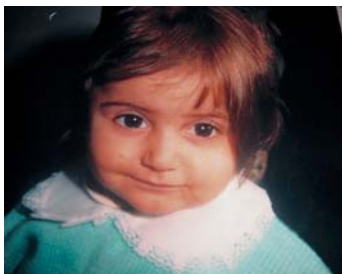
Riconoscete in queste immagini un collega (bambino) per ogni sede operativa.



Matera - via Lazazzera



Matera - viale Europa



Bari



Potenza

I BAMBINI DELLO SCORSO NUMERO... OGGI



Matera - via Lazazzera



Marzia



Matera - viale Europa



Antonio



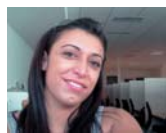
Bari



Maria Teresa

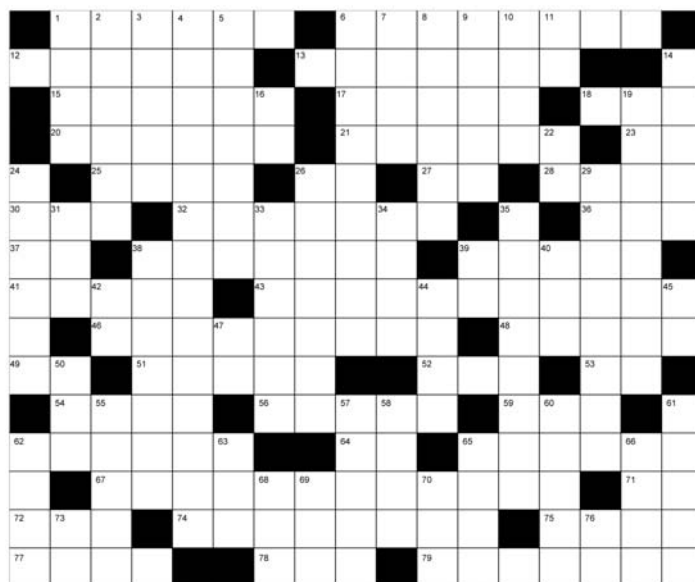


Potenza



Donatella

CRUCIVERBA a cura di Giuseppe Sciacovelli



DEFINIZIONI ORIZZONTALI

1. Un grande Stato africano 6. Si dice di un gioco crudele 12. Una foglia odorosa 13. Scaccia le zanzare (dicono) 15. Occuparsi, prendersi cura 17. Camminar... dritto 18. Precedeva il missa est 20. Un atto che rinnega 21. Il gruppo della celebre hit Hotel California 23. Iniziali della Lepore 25. Era caput mundi 26. Le origini che nessuno vorrebbe 27. In mezzo al Nativone 28. Una gloriosa casacca biancoazzurra del calcio italiano 30. Ganci pericolosi 32. Ignavia, indolenza 36. Un saluto romano 37. Alla fine dell'attesa 38. Così è il pane rafferma 39. Il vignettista di Anno zero 41. La struttura galleggiante della barca 43. Oggetti messi lì... per bellezza 46. La congregazione fondata da San Giovanni Bosco 48. Un capoluogo del Nord-Ovest 49. La farina più bianca 51. Accanto a Basilicata nel film di Papaleo 52. Una "partita" a tennis 53. Sono pari nella soda 54. Fa coppia fissa con Lillo 56. Parola greca che designa l'ambiente e la casa 59. Tre lettere in islandese 62. Il nome della Rodrigues, regina del fado 64. Latina sulle targhe 65. Spesso si segue quello mentale 67. L'anemia mediterranea 71. Un partito della destra italiana (sigla) 72. Indica tutto ciò che sta sopra 74. Una contraddizione in termini 75. Il Tommasi telecronista sportivo 77. La Società che controlla il traffico aereo 78. L'orientamento sulla bussola 79. Hanno il controllo assoluto

(Le soluzioni dei giochi proposti in questo numero saranno pubblicate sul numero di ottobre)

AUGURI A...

MATERA

Il 5 luglio è nato Onofrio, figlio di Aurora Ninivaggi; il 6 luglio Marilena Caponio ha sposato Guido; il 6 luglio Emanuela Pietracito ha sposato Vito; il 6 luglio Giovanni Lo Ponte ha sposato Antonia; l'11 luglio è nata Sofia, figlia di Rosanna Bruno; il 15 luglio Filomena Selvaggio ha sposato Michele; il 23 luglio Isabel Salerno ha sposato Massimiliano; il 23 luglio Simona Natrella ha sposato Vito; il 29 luglio Sabrina Lamacchia ha sposato Vito; il 30 luglio Gianluca Parente ha sposato Vincenza. Il 15 agosto è nato Giuseppe figlio di Pierluigi Benedetto; il 19 agosto è nato Vincenzo, figlio di Feliciano La Noce; il 22 agosto Tiziana

DEFINIZIONI VERTICALI

1. Una bella isola nel Tirreno 2. Completamente privi di peli 3. È presente nel mare e in certe acque minerali 4. Un Centro... per incidentati 5. Letterato e politico lucano che fu Senatore del Regno d'Italia 6. Non può mancare nello zaino della scuola 7. È bene cambiarla per evitare guai 8. Donna giudiziosa ed esperta 9. Un sindacato della scuola 10. Termine poetico per aria 11. Ossido di Carbonio 14. Il campo del dermatologo 16. Le vocali di sera 19. Un John attore di origini italiane 22. Le temibili Schutzstaffeln naziste 24. Promosse la congiura che uccise Giulio Cesare 26. Versi... da cavallo 29. Un accessorio per auto indispensabile d'estate 31. Abbreviazione dei computer della Apple 33. Una labirintica città micenea 34. Variante nordica di Giovanni 35. Ideologizzati e irriducibili 38. Danni irreparabili 39. Venezia 40. Il nome del violinista Ughi 42. Iniziali di Sallusti 44. La reginetta con la fascia 45. Sono pari in fila 47. Due vocali 50. La loro presenza nei cibi deve essere segnalata 55. Può essere di lancio o di scale 57. Gustav, pittore austriaco dell'Art Nouveau 58. Quello volante regala forti emozioni 60. Una meta turistica nota per la barriera corallina 61. Capitale del Vietnam 62. Gare a colpi di...quattrini 63. Assemblea Regionale Siciliana 65. È l'unione di fumo e nebbia 66. Thomas, scrittore e saggista tedesco 68. Un film vietato... alla francese 69. Il Centro per "Viaggiare informati" 70. Suddivisioni geologiche 73. È opposto a off 76. Me medesimo

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 Lazazzera, 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

Utente (signora anziano): "Io mi debbo prenotare na prenotazione."

Utente (signora anziano): "Devo fare una visita al reparto respiratorio. Ho l'asma!"

Operatore: "Signora mi legge la ricetta?"
Utente: "Bellezza mia simm due persone vecchie ed anziane, nun capiscimm ninete!"

Utente (signora anziana): "Aggia fa na radiografia nanz, retr e d fianc."

Utente: "Devo prenotare una paresi facciale"

Utente: "Devo fare l'attacco" (La TAC)

Utente (signora anziana): "Aggia andà da lu dottor cu pizz ca sta allu repart pu cuor, battaglione C" (Dottor Lopizzo)

Utente: "Devo fare una valutazione pennologica*" per valutazione flusso respiratorio. Diganosi: russamento notturno." (*Pneumologica)

Utente (signora anziano): "Devo portare la vescica piena in ospedale?"

Utente: "L'autocertificazione per l'esenzione chi la deve fare?"