datacontact
contact center - ricerche di mercato
comunicazione multimediale

gente che... contact!

mensile aziendale / aprile-giugno 2012
www.datacontact.it

n. 49, 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.

CRONACA DELLA VICENDA CONTRATTUALE TELECOM
pagina 2

MASTER IN MANAGEMENT DEL CALL E CONTACT CENTER
pagina 3

FESTA DELLA MAMMA CHE LAVORA 2012
pagine 4-7

UNICOM PREMIA IL PROGETTO "DATACONTACT. IL MUSICAL"
pagina 9

EDITORIALE

di Laura Tosto

I tre mesi dell'azienda che raccontiamo in questo numero della nostra newsletter sono lo specchio dell'altalena di eventi, situazioni ed emozioni che ci hanno visti protagonisti in un periodo di grande difficoltà di contesto economico e settoriale. La stessa decisione, operata poche volte in passato, di posticipare la pubblicazione del nuovo numero di "Gente che... contact!" è un segnale della forte criticità del momento, che permane nonostante il timido risultato ottenuto alla fine di maggio ed ampiamente raccontato nelle pagine interne.

La sottoscrizione del nuovo contratto di durata annuale con il committente Telecom Italia per la gestione del servizio 119, infatti, rappresenta da un lato il viatico per la rischiosa e faticosa scelta della società di affrontare pur senza garanzie di alcun tipo la trasformazione di centinaia di contratti di lavoro in scadenza a tempo indeterminato, dall'altro lato costituisce una fonte di rischio di cui tutti devono essere consapevoli, in considerazione della totale assenza di certezze in termini di volumi da gestire nell'arco dei 12 mesi di contratto, e quindi di conseguente capacità produttiva di lavoro da mettere a disposizione. Con queste premesse, e con l'ulteriore complessità data dall'approvazione di una riforma del mercato del lavoro che rischia di incidere pesantemente sull'assetto organizzativo delle società che come noi gestiscono in oustourcing servizi di contact center, diventa difficile poter rappresentare gli eventi di maggio come il raggiungimento di un porto sicuro, bensì come una tappa, sicuramente importante, di un cammino che dovrà essere ancora molto lungo e sappiamo già essere ricco di ulteriori ostacoli.

L'impegno dell'azienda, come dimostrato nelle frenetiche ore che hanno preceduto la conclusione positiva della trattativa con il committente e con i lavoratori, è e continuerà ad essere sempre massimo, giocando tutte le carte possibili per fare in modo che il percorso di crescita iniziato nell'ormai lontano febbraio del 2001 non si interrompa, e si continui a dimostrare la capacità di fornire risultati quali-quantitativi di eccellenza da parte di tutte le persone che animano quotidianamente le nostre sale operative.

Non possiamo però oggi nascondere le nubi che ancora si vedono all'orizzonte sia in riferimento al rapporto contrattuale con il nostro principale committente, sia relativamente agli impatti che potrà avere la riforma del mercato del lavoro anche sulla nostra organizzazione.

È una consapevolezza che tutte le nostre risorse, anche quelle che oggi festeggiano il risultato della trasformazione a tempo indeterminato del loro contratto, devono avere e fare propria, affinché le battaglie che ci vedranno protagonisti anche nei prossimi mesi ci vedano fare fronte comune e non spostare l'attenzione su aspetti secondari rispetto alla continuità lavorativa dell'azienda. È un atteggiamento di maturità e responsabilità che richiediamo, quindi, a tutti per continuare a far valere la nostra voce in un settore che vive un momento di forti criticità e cambiamenti.

Il valore del lavoro al centro

"Gente che... contact!" torna dopo una lunga pausa con un filo conduttore che pone in primo piano il valore delle persone e del lavoro.

Gli ultimi mesi sono stati fortemente condizionati dall'evolversi della relazione fra l'azienda ed il suo principale committente, Telecom Italia, al punto da ritenere - per motivi di opportunità - di dover attendere la chiusura della vicenda rinnovo contrattuale prima di approfondire, con questo strumento di diffusione interna ed esterna, gli echi dei fatti, delle attività e delle iniziative riguardanti l'azienda Datacontact, tutte le sue sedi e tutti i suoi lavoratori.

La profonda incertezza che fino all'ultimo ha regnato sul tema del rinnovo contrattuale per la gestione in outsourcing del servizio 119, ha imposto infatti non solo una sospensione dei numeri della newsletter nei due mesi precedenti ma in qualche modo anche la rimodulazione di iniziative ed attività inizialmente programmate, prima fra tutte l'edizione 2012 della "Festa della mamma che lavora".

Oggi, con maggiore serenità, seppur stemperata dalla consapevolezza che i tempi duri siano tutt'altro che terminati, possiamo finalmente raccontare la sequenza delle frenetiche, convulse ore che sono state vissute in azienda alla fine del mese di maggio, quando il ritmo incalzante e serrato del countdown rispetto alla data fissata per il rinnovo contrattuale ha tenuto tutti con il fiato sospeso. E dicendo tutti s'intende dire davvero tutti, e non già i soli - seppur numerossimi - lavoratori effettivamente coinvolti sulla commessa. Con il senno di poi è quasi facile oggi dire che al fotofinish anche questa delicata battaglia Datacontact in difesa del bene lavoro è riuscita a registrare un felice epilogo, seppure il risultato apparisse tutt'altro che scontato ancora nella mattinata del D-day, per gli sviluppi registratisi anche sul fronte della posizione assunta dalle Organizzazioni Sindacali.

Per riprendere le fila del ragionamento bastano pochi ma significativi numeri: 279 assunzioni a tempo indeterminato e 133 assunzioni a tempo determinato concluse il 31 maggio a tarda ora in azienda, solo grazie al fermo senso di responsabilità da parte dell'azienda e dei lavoratori.

A beneficio di quanti ci leggono abbiamo preferito riportare nelle pagine interne della newsletter il comunicato integrale diramato dall'azienda, che ricostruisce da un lato la sequenza dei fatti e dall'altro il ruolo svolto dagli attori protagonisti della vicenda, per dare continuità professionale ad un numero veramente importante di persone sul territorio in cui l'azienda opera. Tutto quanto è venuto in seguito non poteva in alcun modo prescindere da quelle ore, vissute pericolosamente sul fil di lana con tanti dubbi e ben poche certezze, chiusesi poi felicemente, senza il cui epilogo sarebbe stato impossibile parlare di continuità aziendale e soprattutto festeggiare alcunché.

Lo sviluppo della vertenza ha permesso poi di festeggiare l'edizione 2012 di una iniziativa tanto attesa con una marcia in più, dedicandola profondamente a tutte le mamme e alle future mamme che lavorano, nonché a tutte le famiglie che hanno sperato fino all'ultimo che si componessero le questioni da cui dipendevano le conferme contrattuali per un numero così importante di lavoratori.

In azienda si è potuto respirare un'aria di vera e propria festa con diversi momenti ludici e di aggregazione studiati per le varie fasce d'età, anche in considerazione della significativa crescita del numero di piccoli ospiti presenti.

Dalle poche unità del primo anno si è giunti infatti ad ospitare nella sola sede di Matera oltre 200 bambini e ragazzi.

Alto ed interessante resta il valore simbolico di questa ricorrenza, specie per una realtà molto al femminile come quella di Datacontact, che oggi conta oltre 1400 fra dipendenti e collaboratori, di cui il 73% donne e specie in un momento di massima delicatezza e problematicità che vive il contesto territoriale sul piano produttivo, economico e sociale.

Un motivo reale di festeggiamento ma anche di riflessione, che ha messo al centro il ruolo delle mamme (e anche dei papà!), felici oggi di poter condividere questo momento con i propri figli, sottolineando al contempo l'importanza delle pari opportunità lavorative, della conciliazione ed armonizzazione fra i tempi della famiglia e quelli del lavoro e delle problematiche che investono oggi più che mai le donne - e non solo loro - in ambito lavorativo.

Rossella Tosto

Sempre più vicini alle famiglie

A distanza di un anno dalla sottoscrizione della prima convenzione tra Datacontact e la Cooperativa Sociale "il Puzzle" di Matera, si rinnova il sodalizio tra le due società con la stipula di un nuovo accordo che consentirà a tutti i dipendenti Datacontact interessati di accedere, a condizioni favorevoli, ad un ampio ventaglio di servizi di tipo educativo e socio assistenziale sempre più ricco e dettagliato, dedicati ai propri bambini. A partire dal mese di maggio 2012, sarà possibile usufruire, nelle strutture appartenenti alla Cooperativa e dislocate in diversi quartieri della città di Matera, di una riduzione sul prezzo: dei servizi di centro estivo per il periodo che va da giugno a settembre 2012; dei servizi di asilo nido, ludoteca e centro post-scuola erogati per l'anno scolastico 2012/13; dei servizi di scuola materna erogati per l'anno 2013/14.

Tra le novità è anche previsto uno sconto sulla prenotazione di una giornata in compagnia del Mago Zeus in una sala di animazione in cui organizzare le feste dedicate ai più piccolini. Maggiori informazioni e l'elenco delle strutture sono disponibili sulla intranet aziendale.

COMUNICATO AZIENDALE DEL 31 MAGGIO 2012

279 assunzioni a tempo indeterminato e 133 assunzioni a tempo determinato concluse la sera del 31 maggio 2012 presso la sede legale ed amministrativa di DATACONTACT.
Un risultato che è frutto della responsabilità dell'azienda e dei lavoratori e che merita, per esser compreso, di una doverosa sintesi dei fatti avvenuti nelle 24 ore antecedenti.
Alle ore 19.58 del giorno 30 maggio 2012, la società DATACONTACT ha ricevuto da TELECOMITALIA formalmente la proposta di rinnovo del contratto di servizio di gestione del 119 per la durata di un solo anno, con scadenza 31/5/2013, priva di indicazioni sui volumi e con una riduzione economica significativa rispetto al contratto vigente, senza in alcun modo considerare quanto è nel frattempo intervenuto in termini di crescita dell'inflazione e costo del lavoro.
Ciò nonostante l'azienda, dopo un'attenta riflessione e valutazione, ha deciso con senso di responsabilità di mettere comunque al primo posto i lavoratori e per questo nella prima mattinata, dopo un confronto con le rappresentanze sindacali aziendali, ha diffuso a tutti i dipendenti una comunicazione interna formale nella quale si è dichiarata pronta ad assumere, delle 417 persone con contratto in scadenza, 279 unità con CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO a partire dalla data del 1 giugno 2012. Per i rimanenti 138 lavoratori con contratto in scadenza, l'azienda si impegnava al contempo a sottoscrivere un accordo in sede sindacale che prevedesse l'elevazione del limite di durata massima dei contratti a termine da 36 a 44 mesi, nonchè a consentire la proroga dei contratti a termine allo stato in essere secondo le esigenze aziendali, ferma restando la trasformazione automatica di tutti i rapporti da tempo determinato a tempo indeterminato una volta raggiunto il limite dei 44 mesi. Successivamente a tale comunicazione si è tenuto in azienda un incontro con le organizzazioni sindacali, già convocate al tavolo istituzionale in Regione a Potenza, risoltosi purtroppo dopo alcune ore in un nulla di fatto. A questo punto, come ultima chance, la Direzione ha valutato di intraprendere la strada di una interlocuzione diretta con i lavoratori con l'obiettivo di prospettare loro l'effettiva situazione aziendale e le reali prospettive occupazionali, fortemente condizionate dalle proposte contrattuali ricevute, invitandoli ad esprimersi individualmente sull'impegno relativamente alle assunzioni formulato dall'azienda nel corso del mattino.
L'impegno è stato cioè confermato nonostante i chiari ed evidenti rischi di una commessa prorogata di un solo anno - comunque strategica per tutta l'azienda e non già per i soli lavoratori in essa direttamente coinvolti - che non presenta alcuna chiarezza d'impegno rispetto ai volumi da gestire e che risulta essere oltremodo sfidante e complessa per i meccanismi di remunerazione e premialità previsti. Vi è stata necessità di suddividere il confronto fra i due gruppi di lavoratori per i quali la prospettiva contrattuale proposta risultava differente (a tempo determinato o indeterminato) ma le cui sorti erano comunque congiunte poiché in assenza di una disponibilità di larghissima maggioranza alla sottoscrizione individuale della proroga da parte dei primi 138, non vi sarebbero state le condizioni per procedere alla stabilizzazione dei restanti. All'esito di tale confronto l'azienda ha preso atto che 133 lavoratori con contatto in scadenza ai quali veniva proposta la proroga hanno accettato la stessa e che grazie a tale importante e responsabile scelta si è potuto procedere in serata, a valle dei primi incontri, a convertire il contratto da tempo determinato a tempo indeterminato per i restanti 279 lavoratori interessati.
Il faticoso e non scontato risultato alla fine raggiunto è pertanto da considerarsi come merito esclusivo dell'azienda e dei lavoratori, che insieme hanno saputo trovare una stada di comune responsabilità, definendo le modalità idonee a garantire i livelli occupazionali e gli sforzi sinora profusi.
Un doveroso ringraziamento va fatto all'Ente Regione ed in particolare al Presidente Vito De Filippo ed all'assessore al Lavoro e Formazione Vincenzo Viti, che con il loro impegno hanno dimostrato di voler accompagnare il risultato di salvaguardia occupazionale e di tenere a cuore le sorti di tanti cittadini lucani, soprattutto donne e giovani, impegnati in questa difficile vertenza.
Quello raggiunto nelle ultime ore va in ogni caso considerato non già come un traguardo, bensì come un punto di partenza che presupporrà - ancora una volta con il senso di responsabilità e la condivisione comune - un duro e incessante sforzo per consentire di salvaguardare nel tempo il bene lavoro nonché il valore delle professionalità e delle intelligenze, assicurando continuità agli standard di qualità erogati da considerarsi imprescindibili per un'azienda che sul territorio e per il territorio si è sempre battuta e difesa.

Vicenda contrattuale Telecom: il punto di vista delle risorse coinvolte

IL VALORE DI UNA SCELTA

Ricordate l'amletico dubbio del grande William Shakespeare "to be or not to be, that is the question"? Ebbene il 31maggio, nel tardo pomeriggio, in tutti i field aziendali ha fortemente echeggiato, risolvendosi fortunatamente con un provvidenziale "Ci siamo e ci saremo", nonostante tutto e tutti, includendovi in special modo coloro i quali per strane logiche, economiche, politiche e di mero opportunismo (sulle quali non intendo fossilizzarmi) hanno reso quanto mai sofferta e drammatica un scelta societaria che, difficilmente, in un simile contesto socio economico altri imprenditori avrebbero avuto il coraggio di assumere.
Datacontact ha inteso premiare il lavoro di quanti in questi mesi hanno operato proficuamente, raggiungendo gli obiettivi quali-quantitativi posti dai propri committenti, di fatto contribuendo alle fortune economiche e lavorative di quest'ultime anche negli scenari nazionali in cui sono operanti.
Una scelta coraggiosa e ben ponderata da parte di chi ha inteso rischiare in prima persona, forte di un legame viscerale con un territorio già di suo provato e maltrattato, spesso in passato terra di conquista da parte dei predoni del nord, ma sempre avido nei confronti degli indigeni, per la serie "Nemo propheta in patria".
Ho personalmente ben nitide nella mente le straordinarie immagini di gioia vissute nella serata del 31. È da quelle genuine emozioni che occorre ripartire per comprendere come le sorti del nostro lavoro siano effettivamente nelle mani o per meglio dire nelle teste di tutti noi.
Perché lo stato, la società, l'azienda non sono enti astratti, ma di fatto hanno un'anima costituita da tutti coloro che la rappresentano e che hanno deciso di spendersi per il relativo bene, che come tale è di tutti e fruibile da ciascuno.
Ora, come non mai, la palla passa direttamente a tutte noi Risorse che abbiamo l'onore e l'onere di azionare tutte le leve personali per il raggiungimento di quegli obiettivi quali-quantitativi fondamentali in un mercato economico sempre più esigente e volto (quasi sempre, dato che in alcuni casi vi sono delle anomale eccezioni) alla premiazione dei migliori.
Occorre dunque rimanere con quest'ultimi, confermandosi tra i migliori e cercando in tutti i modi di non essere estromessi da quella fetta di mercato, nuovamente e fatalmente disponibile, nonché oggetto delle attenzioni dei nostri cari competitor, più che mai decisi ad impossessarsene, in tutti i modi e con tutti i mezzi.
Correttezza, lealtà, professionalità, passione e determinazione hanno da sempre caratterizzato il DNA delle Risorse made in Datacontact.
Doveroso preservare tali valori, nel difficile scenario socio economico che ci apprestiamo a vivere, fiduciosi di poterne superare i relativi ostacoli, a patto chiaramente che si rimanga uniti, coesi e decisi. Al bando possibili ed eventuali furbate ed in special modo chi (spinto dalle più svariate ed errate motivazioni) decidesse di porle in essere, dato che si rivelerebbero deleterie per il comune traguardo da raggiungere. Ed è per questo che tutti e dico tutti dobbiamo evitare di abbassare la guardia, evitando fatali distrazioni, che pagheremmo molto care, senza corse all'impazzata che tra l'altro risulterebbero rovinose, in special modo su sentieri palesemente sempre più insidiosi...
Ed allora avanti tutta, con passo fermo e cadenzato, consapevoli che esserci è bello, confermarsi, lo è ancora di più...
E su quest'ultimo obiettivo serreremo le fila.

Vito Caruso
(Matera)

UN'ALTALENA DI EMOZIONI

Breve cronistoria del periodo pre-contratto: incertezza, ansia, tensione, e poi felicità, gioia, serenità... un cocktail di emozioni che ci ha invaso all'improvviso! Non ce l'aspettavamo, anche se l'avevamo sempre sperato! Volete sapere com'è andata?! Vi raccontiamo brevemente gli ultimi giorni vissuti nell'attesa, dopo giorni di forte ansia, dove in azienda giravano voci di ogni tipo, che non erano per niente rassicuranti, finalmente è arrivato il 31 maggio. Siamo arrivate a lavoro alle 10.00, e nel corridoio regnava un sospettoso silenzio, cosa molto strana. Durante l'orario lavorativo tutto taceva, il clima era particolarmente teso, nessuno parlava di niente. In pomeriggio, finalmente la nostra team leader ci comunica che da lì a breve ci sarebbe stato un incontro con la Direzione per poter firmare le nuove condizioni contrattuali. Almeno una buona notizia, abbiamo pensato! Quando siamo arrivati in Sala Conferenza, è cominciata a salire l'emozione! Il nostro Presidente ci ha accolto mettendoci a conoscenza delle nuove prospettive future, senza nascondere le difficoltà incontrate durante la trattativa. Successivamente si è congratulato con noi per il nuovo contratto, e da lì sono partiti gli applausi da parte di tutti noi, che ci siamo emozionati e stupiti per l'evidente commozione del Presidente che non è riuscito a trattenere qualche lacrima... È stato un momento molto emozionante, ci siamo sentiti membri di una grande famiglia che gioisce per un evento importante, quale quello di un traguardo che sentiamo di aver guadagnato con il lavoro di ogni giorno orientato al raggiungimento degli obiettivi quali-quantitativi che l'azienda e il Committente ci chiedono. Questo traguardo è solo l'inizio di un percorso lavorativo che abbiamo cominciato diversi anni fa, e che vogliamo a tutti i costi continuare, con la determinazione e l'ostinazione che ci ha sempre distinti e che ci ha permesso di arrivare ai risultati di oggi, grazie all'impegno e all'abnegazione di tutti noi.
È stata una gran bella soddisfazione firmare il nuovo accordo, e non possiamo negare che abbiamo tirato un bel sospiro di sollievo!

Caterina Focarile e Rosalinda Votta
(Matera)

IL VALORE DEI NOSTRI RISULTATI

Oggi, 25 giugno, mi ritrovo qui a trasmettervi le mie sensazioni sul caldo e recente tema del contratto Tim e di quello di Datacontact, ma ad essere sincera, se ripenso allo scorso maggio, non credevo proprio di poterlo fare. I mesi precedenti a maggio 2012, sono stati dei mesi pieni di lavoro e di tanto impegno da parte dell'intera area Tim, dall' Inbound, il reparto VAS, il BO, le risorse a progetto impegnate sulla Vendita e sull' Outbound, i Responsabili, i Team Leader, lo Staff e la Gestione Operativa.
Sono stati dei mesi molto caldi per tutti, in cui nulla poteva essere tralasciato o trascurato. Abbiamo fatto il possibile e abbiamo lottato tutti insieme sul campo, operativamente parlando, come una vera squadra unita che indossava la maglia Tim. Per tutti poteva essere l'ultima battaglia da giocare, quella decisiva per vincere la guerra! L'ultima settimana di maggio si è contraddistinta per il clima di ansia che si viveva, cosa mai capitata in tanti anni di lavoro a Datacontact. Non si faceva che parlare e chiedersi cosa sarebbe avvenuto dopo il 31 maggio 2012. Ipotesi su ipotesi che svanivano poi nel nulla. Si può ben immaginare come l'apice sia stato raggiunto il giorno della scadenza del contratto con Tim, ovvero il 31 maggio.
La tensione in mattinata era alle stelle, ma poi per fortuna si è trasformata in un boato di gioia quando nel primo pomeriggio ci è pervenuta la notizia che, non solo l'accordo con il committente c'era, ma per ben 279 lavoratori, ad aspettarci c'era un contratto a tempo indeterminato, mentre per i restanti 138, una proroga, seppur per un solo anno e con volumi incerti.
Oggi, con molta più lucidità, posso dire che tutto questo lo abbiamo meritato, visti i sacrifici, la disponibilità e i risultati che Datacontact ha sempre portato a Tim.
Mi auguro che la strada da percorrere con Tim possa essere ancora molto lunga e che i risultati raggiunti dalla nostra azienda possano essere sempre più apprezzati, evidenziati e valorizzati, per ritornare a distinguerci come già avvenuto in passato, per essere il fiore all'occhiello e l'orgoglio di Tim.

Nunzia Montemurro
(Matera)

Management del call e contact center

I commenti dei partecipanti al percorso formativo del Master organizzato in azienda con Creattività

A seguire pubblichiamo le impressioni e le considerazioni di alcuni dei partecipanti al Master in Management del Call e Contact Center raccolte dall'inizio del percorso e fino alla conclusione del 14 giugno con l'ultima sessione di formazione.

Molte le emozioni emerse durante le sei giornate pianificate e gestite da Creattività, società partner di Datacontact per le attività di formazione e di sviluppo del Personale, emozioni che testimoniano il coinvolgimento dei tredici partecipanti al Master tutti ampiamente soddisfatti dell'esperienza di crescita e consolidamento del proprio percorso personale e professionale.
L'obiettivo del Master è costruire un modello di riferimento teorico e pratico per le professionalità manageriali impegnate nelle tante attività aziendali di Datacontact così da potenziare la leadership e la competenza.
Ancora una volta un progetto che rappresenta l'orientamento dell'Azienda alle Persone e la continua valorizzazione del proprio "Capitale Umano".

UNA OPPORTUNITÀ DI CRESCITA

Si è ormai concluso un interessante percorso formativo e "cre-attivo" dedicato a noi capi commessa di Datacontact.
Un anno fa, i nostri team leader sono stati coinvolti con entusiasmo in un progetto simile realizzato per loro su misura e dal quale hanno tratto insegnamenti preziosi.
Sono molto contenta di questa esperienza, perché grazie alla competenza dei formatori, siamo passati dalla pratica alla teoria, o meglio da ciò che facciamo quotidianamente ed in maniera scontata, alla sistematizzazione del lavoro in procedure e fasi, per noi ormai meccaniche e routinarie (per riprendere un termine ricorrente durante gli incontri).
Nell'organizzazione, in una sorta di mappa mentale, mi accorgo della notevole difficoltà di scomporre in fasi tutte le azioni per me scontate: pianificare – monitorare - agire – verificare. Attraverso una maggiore consapevolezza di tutti questi step, si lavora in maniera più efficace ed organizzata.
Il clima in aula è stato sempre attivo e dinamico, non abbiamo imparato in modo nozionistico, ma partendo da eventi concreti.
Grazie poi al portale di Web Learning, è stata data continuità alla formazione in aula e abbiamo potuto apportare il nostro contributo personale. Incontrare i colleghi delle altre commesse, confrontarsi, apprendere metodi e punti di vista diversi è un evento da definirei straordinario, perché non capita spesso di ritrovarsi tutti insieme in un'aula per otto ore, il che rende tutto piacevolmente costruttivo. Malgrado il corso sia terminato l'esperienza vissuta ci ha spinti ad impegnarci per conoscere sempre meglio e più a fondo il nostro lavoro, per cui la sensazione è come se le lezioni non fossero ancora finite.
Ringrazio l'azienda per questa opportunità di crescita ed ovviamente tutti i colleghi e i formatori che attraverso i loro contributi, mi aiutano a crescere in questo ruolo.

Lucrezia Locantore
(Matera)

UN IMPORTANTE MOMENTO DI CONFRONTO E CONDIVISIONE

I mesi di aprile e maggio hanno visto i responsabili di progetto impegnati in un Master in Management del Call e Contact center mirato a fornire competenze specialistiche nella gestione delle singole attività, e di tutte quelle componenti che concorrono al raggiungimento dell'obiettivo di commessa: gestione delle risorse e loro coaching, gestione e monitoraggio del processo produttivo, valutazione risultati e loro analisi, sviluppo competenze di leadership e di problem solving... una terminologia specifica che distingue e definisce meglio tutte le attività che quotidianamente svolgiamo.
È infatti stupefacente rendersi conto che nella pratica svolgiamo già tutte le azioni approfondite in questo master, senza averne la consapevolezza. Attività che diamo per scontate acquisiscono ora una connotazione diversa, più specifica e se ne comprendono meglio le cause e gli effetti.
Un valido esercizio è quello di guardare un aspetto del nostro lavoro con un occhio più analitico imparare a scomporre un processo di qualunque tipo, in fasi più elementari, e stabilite le priorità affrontare una fase per volta, fino al raggiungimento del macro obiettivo; valido approccio anche nella vita quotidiana.
È stato molto bello condividere con i colleghi la mia esperienza e confrontarsi su aspetti diversi avendo differenti punti di vista, è stato un importante momento di confronto e non sono mancati attimi esilaranti.
Il master mi ha permesso di approfondire le mie conoscenze per riuscire ad organizzare il mio lavoro al meglio, operando efficacemente ed efficientemente per il raggiungimento degli obiettivi.

Antonella Lopez
(Matera)

UNA PALESTRA FORMATIVA

Il Master in Management è un progetto innovativo teso ad incrementare il possesso delle capacità chiave indispensabili per il raggiungimento dei risultati richiesti dal nostro ruolo.
Consente, tramite sperimentazioni di gruppo e individuali, esercitazioni e test, di ottenere le linee guida per ottimizzare le azioni sul campo e, quindi, migliorare concretamente ogni tipo di capacità. Coniuga la necessità di creare valore per l'azienda con quella di generare competenze eccellenti nei partecipanti. È, pertanto, da considerarsi una vera e propria palestra di formazione per il potenziamento mirato e personalizzabile delle capacità chiave del comportamento organizzativo del contact center. Chiaramente questo è l'aspetto squisitamente tecnico e professionale del master.
Quello di cui noi andremo a disquisire adesso è l'aspetto disimpegnato di queste giornate formative. Giocando si impara... E nelle vesti di "baby manager" ci siamo ritrovati a costruire castelli di carte, a disegnare mappe del tesoro, a trasformarci in giocolieri per meglio comprendere la strategia e la pianificazione da mettere in campo per il perseguimento dell'obiettivo comune. Nel corso di queste giornate si sono simpaticamente formate due squadre: la "Eddy&C.", nota società operante in Occidente nel settore del contact center, entra nella short list insieme ai "Sudvietnamiti", emergente organizzazione del settore, per l'aggiudicazione di un bando di gara indetto dal nostro Tutor Valentina Serri.
Abbiamo altresì imparato a preparare l'amatriciana o meglio ancora... se il sugo è salato, aggiungiamo la patata! Morale della favola: nella stesura di un progetto e nella conseguente realizzazione, il concatenarsi di eventi ed azioni tra input ed output, deve essere necessariamente intervallato da un costante feedback che potrebbe far emergere la necessità di un correttivo (patata) prima che il progetto (sugo) risulti essere fallimentare (salato). Tutto questo grazie al Tutor romano Roberto Pozza.
Un'altra nozione acquisita e che vorremmo trasmettere riguarda la parola SMART?
Penserete alla famosa minicar! No, sono le 5 regole necessarie per individuare la fattibilità di un obiettivo:
S specifico
M misurabile
A azioni
R realistico
T tempificato

Giovanna Conteduca
Lucia Cataldo
Tommaso Tozzi
(Matera)

LA VITA È UNA FORMAZIONE CONTINUA...

Si sa, nella vita non si smette mai di imparare, si dice che "gli esami non finiscono mai"!
Beh! L'esperienza insegna che è davvero così, in tutti i sensi, ed io direi che anche le formazioni non finiscono mai!
Per chi, come me, svolge questo lavoro sa per certo che di formazioni, nella nostra azienda, ce ne sono di continuo, io personalmente mi occupo di tutte le formazioni attinenti l'attività che seguo, formazioni interne di agents già attivi sulla "mia" commessa e di nuovi che vi entrano, ma, in queste situazioni io sono il "trainer", nella situazione, invece, di cui sto per parlare, sono una "discente", sono quella che, insieme ad altri colleghi, occupa il posto dietro i banchi, non davanti.
Quando a marzo scorso ho ricevuto la mail della Dott.ssa Petrara, la nostra Responsabile Risorse Umane, ho letto l'oggetto "Date percorso Sviluppo Competenze Manageriali Capi Commessa", subito ho scorso il testo e ho capito che avrei preso parte ad un Master.
Beh! Io amo essere tra i banchi, perché mi piace imparare, mi piace confrontarmi, così la prima cosa che ho fatto è stata di chiamare Carmela Petrara per ringraziarla di avermi inserita in questo corso, le ho mostrato subito il mio entusiasmo! È sempre interessante prendere parte ad un corso attinente il lavoro che svolgi, è un momento in cui, non solo ti metti in discussione e metti in discussione il tuo modo di lavorare, ma anche di confronto con altri, nonché di apprendimento di tecniche metodi che possono rivelarsi utili nel tuo piccolo mondo. Capire che davvero "tutto il mondo è paese", perché un po' tutti incontrano e si scontrano con realtà che, lungi da essere sempre tutte rose e fiori, presentano le stesse criticità che incontri tu e, normalmente ti senti sola... non è così!
Apprendere, crescere, migliorare: tutto deve essere un continuo e, io personalmente, spero che sia davvero così, che questa esperienza non sia qualcosa fine a se stessa. Di questo momento di formazione, non tralasciamo anche la parte "goliardica" del lavorare in gruppi, creando sfida tra noi! Scopri i caratteri dei colleghi, che per svariate ragioni si incontrano di tanto in tanto o sporadicamente in corridoio, per coloro che lavorano nella stessa sede, e ti rendi conto che, in senso buono, sono degli eterni ragazzini, con la vivacità e l'entusiasmo che si hanno a 20 anni... invece no! Loro ce l'hanno anche ora, perché lavorano con lo stesso fervore di sempre, ma siamo abituati a vederci sempre "impettiti" e con lo sguardo severo... che sì, ci appartiene, ma evidentemente solo per il ruolo che si riveste.
Quindi il corso ha sortito un triplice effetto: confronto con i colleghi, scoperta degli stessi in altro ruolo e, naturalmente, non ultimo quello di migliorare le nostre competenze!

Francesca Taddeo
(Matera)

"Festa della mamma che lavora" 2012

Torna l'allegria dell'ormai consueto appuntamento aziendale dedicato ai genitori e ai loro bambini

Nel pomeriggio del 6 giugno presso la sede di Datacontact di Matera si è svolta l'edizione 2012 della "Festa della mamma che lavora", un'iniziativa promossa a livello nazionale con il patrocinio del Ministero delle Pari Opportunità, alla quale l'azienda aderisce da cinque anni con grande entusiasmo e partecipazione. L'evento era stato inizialmente programmato lo scorso 18 maggio ma - per motivi di opportunità - l'azienda aveva ritenuto corretto rinviarlo in attesa che si sciogliessero le pesanti nubi relative all'esito del nuovo contratto con Telecom Italia.

Lo sviluppo della vertenza, che ha visto alla fine azienda e lavoratori uniti nel trovare la soluzione per una felice svolta, ha consentito alla fine di avere modo di festeggiare questa iniziativa tanto attesa con una marcia in più, dedicandola profondamente a tutte le mamme e alle future mamme che lavorano, nonché a tutte le famiglie che hanno sperato fino all'ultimo che si componessero le questioni da cui dipendevano le conferme contrattuali per 412 lavoratori.

In azienda si è respirata un'aria di vera e propria festa con diversi momenti ludici e di aggregazione studiati per le varie fasce d'età, anche in considerazione della significativa crescita del numero di piccoli ospiti presenti. Dalle poche unità del primo anno si è giunti infatti ad ospitare nella sola sede di Matera oltre 200 bambini e ragazzi. Alto ed interessante resta il valore simbolico di questa ricorrenza, specie per una realtà molto al femminile come quella di Datacontact, che oggi conta oltre 1400 fra dipendenti e collaboratori, di cui il 73% donne e specie in un momento di massima delicatezza e problematicità che vive il contesto territoriale sul piano produttivo, economico e sociale. Un motivo reale di festeggiamento ma anche di riflessione, che ha messo al centro il ruolo delle mamme (e anche dei papà!), felici oggi di poter condividere questo momento con i propri figli, sottolineando al contempo 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. Anche questa iniziativa - per quanto impostata in chiave di festa, di gioco e di condivisione ludica - è infatti utile ed importante per riconoscere tutto il valore e la competenza dell'operatrice e dell'operatore di contact center, in qualità di professionista della relazione, con un bagaglio formativo, una predisposizione caratteriale e la capacità di traguardare sfidanti obiettivi di risultato, che sono elementi imprescindibili per operare su un mercato complesso ed esigente qual è quello della gestione dei servizi in outsourcing.

Il pomeriggio in azienda è stato allietato da un primo momento di incontro ed accoglienza in musica con mascottes, cui è seguito un programma di attività, intrattenimento, teatro e baby dance. Sono stati gestiti laboratori creativi finalizzati a rinforzare la conoscenza da parte dei bimbi del ruolo svolto dalla mamma e dell'ambiente di lavoro presso il quale essa opera ogni giorno.

Due in particolare le iniziative importanti che hanno caratterizzato questa edizione della festa. Da un lato si è voluto organizzare per i bambini di fascia d'età intermedia un laboratorio di lettura in collaborazione con l'Associazione Tolbà sul tema della integrazione, della relazione e della cultura plurale linguistica ed etnica, sempre con lo sfondo del tema rapporto mamma-figlio, con la consegna finale ai partecipanti del libro "Gli orecchini della madre".

Dall'altro l'azienda ha voluto sponsorizzare un interessante progetto promosso dalle seconde classi della Scuola Primaria sezioni A/B del IV circolo didattico di Matera, realizzando la stampa di una pubblicazione voluta dalle maestre e realizzata dai bambini sul tema delle emozioni. Il libro "Racconti: Giochiamo con pensieri ed emozioni" è stato presentato dal figlio di una dipendente di Datacontact insieme alle sue maestre e regalato a tutti i bambini più piccoli presenti.

Ai più grandi invece è stato riservato un momento conoscitivo sulle attività gestite dall'azienda, sempre con taglio ludico e divertente, anche riprendendo alcuni passaggi della produzione artistica "Datacontact: Il musical" proposto lo scorso anno in occasione della convention per il decennale aziendale e che recentemente ha visto a Milano l'assegnazione ad essa di due significativi premi da parte di una Giuria di esperti di comunicazione per il concorso "I magnifici Unicom", promosso dall'associazione che riunisce in Italia oltre 300 imprese di comunicazione.

In particolare i premi assegnati alla produzione musicale in occasione della recente assemblea annuale degli associati sono stati il Premio della Categoria Innovazione ed il Premio Speciale della Giuria per la miglior strategia di comunicazione integrata offline/online/unconventional.

Al termine del pomeriggio si è tenuto per tutti un coreografico e poetico spettacolo di bolle di sapone e l'immancabile taglio della torta, sotto la cornice di un bellissimo murales realizzato con tutte le manine dei piccoli partecipanti alla festa, a ricordo della giornata.

È stata infine annunciata la conferma ed arricchimento della convenzione già operativa con la cooperativa Il Puzzle di Matera, che riserva a tutti i dipendenti e collaboratori dell'azienda opportunità, programmi e servizi nell'ottica della conciliazione lavoro/famiglia, con l'obiettivo di ridurre il costo di accesso ai servizi di asilo, nido, pre e dopo scuola, ludoteche e centri estivi erogati dalle strutture convenzionate, consentendo così alle famiglie un maggior utilizzo degli stessi in termini di flessibilità e di accessibilità.

Un'ampia galleria di immagini dedicata all'edizione 2012 della "Festa della mamma che lavora" segue nelle prossime pagine e raccoglie anche alcuni momenti dei festeggiamenti svolti contemporaneamente a quelli di Matera nelle sedi di Bari, Potenza e Milano.

LE EMOZIONI VISTE DAI BAMBINI

Quest'anno Datacontact ha deciso di andare oltre il momento di festa previsto negli spazi aziendali sposando il progetto "Emozioni... in campo" con la sponsorizzazione di un interessante lavoro promosso dalle seconde classi della Scuola Primaria sezioni A/B del IV circolo didattico di Matera, realizzando la stampa di una pubblicazione voluta dalle maestre e realizzata dai bambini sul tema delle emozioni. Il libro: "Racconti: Giochiamo con pensieri ed emozioni" presentato da Gabriele, figlio di Grazia Montemurro, dipendente di Datacontact, insieme alle sue maestre e regalato a tutti i bambini più piccoli presenti, racconta, attraverso le parole e le immagini dei bambini, il mondo delle emozioni.

Un modo semplice di rappresentare un universo assai complesso ed eterogeneo, in cui la sensibilità individuale può aggiungere sfumature e aggettivazioni infinite.

Questo piccolo dono che Datacontact ha fatto alle sue mamme vuole essere uno strumento utile e divertente per continuare ad alimentare il dialogo emotivo che caratterizza e rende unico il rapporto che lega ciascuna madre al proprio figlio e regalare un sorriso a quanti, scorrendo queste pagine, ritroveranno parole e sentimenti conosciuti nelle dinamiche genitori-figli.

UN LABORATORIO CON TOLBÀ

Nella magica atmosfera di un giorno di festa per tutta l'azienda si è voluto dedicare un momento speciale ai bambini di fascia d'età intermedia, tra i sette e gli undici anni, organizzando un laboratorio di lettura in collaborazione con l'Associazione Tolbà di Matera.

Il progetto didattico sulle relazioni interculturali ha avuto come obiettivo generale la promozione di una cultura della partecipazione attiva e della non discriminazione. I bambini sono stati da prima coinvolti nella lettura della storia di Anna Bossi "Gli orecchini della madre", presentata sia in italiano che in diverse lingue straniere, e poi impegnati nella realizzazione degli "orecchini" dando ognuno il proprio contributo creativo su un cartoncino decorato.

Attraverso le attività proposte nel laboratorio il team di Tolbà ha aiutato i piccoli a costruire un'idea della diversità come elemento di arricchimento alla propria cultura.

W LA MAMMA

C'è folla tutte le sere
nei corridoi di Datacontact
un field che adesso è vuoto
tra poco si riempirà
Il turno che passa in fretta
il turno che torna ancora
i sogni messi da parte
per una giornata nuova.

Viva la mamma
affezionata a quella cuffia un po' stretta
cosi elegantemente anni novanta
sempre cosi sincera

Viva la mamma
e specialmente quelle di Datacontact
le sorridenti miss operatrici
professionali come lei

Tutta l'azienda è in festa, ora
tu non sei un sogno tu sei, vera
Viva la mamma perché
se a lavoro c'è lei
è una giornata ok!!!

Un evento importante

Ciao a tutti, sono una neo mamma e sono stata davvero entusiasta di prendere parte per la prima volta alla festa anche se la mia bambina, Claudia, ha soli cinque mesi.
Quando sono arrivata nel cortile dell'azienda erano già presenti tanti bambini, che si divertivano con i personaggi della Disney.
Ho vissuto con loro l'entusiasmo e la gioia di una giornata diversa nel luogo dove mi reco tutti i giorni per lavorare con gli sguardi incuriositi dei bambini e di noi mamme che ci siamo ritrovate con i nostri figli per imparare a conoscerci fuori del nostro lavoro.
Questa festa è un evento importante per i nostri figli perché imparano a conoscere il luogo dove la loro mamma o il loro papà si recano tutti i giorni per lavorare, e le persone con cui stiamo a stretto contatto tutti i giorni.
Adesso aspettiamo l'anno prossimo per un nuovo appuntamento che sarà sicuramente più ricco con l'arrivo di altre neo mamme come me.

Barbara Gaeta
(Matera)

Un giorno speciale

Un evento importante per noi mamme e soprattutto per i nostri bambini. La "Festa della mamma che lavora" da diversi anni si ripete nel mese di maggio regalandoci tante emozioni ma soprattutto gioia e felicità per i più piccoli che ricordano anche gli eventi ripetuti negli anni precedenti. Anche quest'anno l'azienda ha organizzato, come sempre dando il massimo, tante attività, sempre diverse, con vari ospiti e personaggi della Disney.
Appena arrivati, c'era un angolo dedicato alla merenda con tanti palloncini colorati dove i bambini accompagnati dalle mamme e dai personaggi hanno potuto degustare un buonissimo yogurt. In seguito tutti i piccoli hanno impregnato la manina nel colore e ognuno di loro ha lasciato la propria impronta su un murales.
Nel tardo pomeriggio i bambini piccoli hanno formato un trenino con mamme e animatrici e sono stati accompagnati in azienda dove hanno svolto attività di laboratorio, giocando con pasta, colori, ecc…
Mentre i bambini più grandi, tra cui mio figlio, si sono soffermati in una delle aule che noi utilizziamo per le formazioni, dove erano tutti presi dal racconto di una favola e da attività di laboratorio. Ad ogni bambino è stato regalato un racconto "Gli orecchini della madre" ed inoltre a fine serata hanno ricevuto tutti come ricordo per l'evento una raccolta di storie ideato dagli alunni della scuola primaria 4° circolo didattico "G. Greco" Matera.
Poi in serata anche i bambini "grandi" sono saliti in azienda dove c'era ad accoglierli il mago delle bolle con tanta magia e tanti altri giochi e alla fine il gran buffet e la torta.
Concludo ringraziando Datacontact a nome di tutte le mamme e soprattuto dei nostri bambini, per averci regalato ancora una volta un momento così bello e divertente.

Emanuela D'Aria
e Alessio
(Matera)

Nuove amicizie

La festa della mamma che lavora, lì tutto ha inizio: le nuove amicizie, le passioni, le delusioni...
Le nuove amicizie perché si è formato un nuovo gruppo molto legato, Oscar, Martina, Francesco, Francesco bis, Vincenzo, Emanuela, Teresa e me, Diego. Assieme abbiamo creato un unione di cantanti, specialmente Francesco bis che si è impegnato molto nel cantare "Mare Nero" di Lucio Battisti. C'è da fare un grande ringraziamento ai due animatori Giuseppe e Luca che con sole chitarra acustica e lavagna magnetica ci hanno divertito un intero pomeriggio.
La passione per un passerotto, io e Francesco Staffieri andando la mattina stessa a scuola l'abbiamo trovato sul ciglio della strada affamato; l'abbiamo portato dal veterinario che ci ha detto di liberarlo e dopo una foto è ritornato alla natura.
Le delusioni, appena arrivati in lontananza abbiamo visto Minnie, Pluto, Puffetta... e mia madre ha fatto una battuta che non mi sarei mai aspettato: "Ma chi ti aspettavi Belen Rodriguez?" (potrebbe essere un consiglio per il prossimo anno...)
La serata si è conclusa con uno spettacolo di bolle di sapone a dir poco straordinario, la nostra versione di "W la mamma "e il successivo taglio della torta gigantesca.

Diego Mastronardi
figlio di Giovanna Conteduca
Francesco Staffieri
figlio di Piero Staffieri

Condividere giocando

Mercoledì 6 Giugno 2012 nella sede di Datacontact di Bari si è svolta la "Festa della mamma che lavora", un evento promosso dall'azienda per mettere in evidenza l'importanza delle pari opportunità lavorative della donna pur essendo mamma, visto le difficoltà che si incontrano nel trovare e mantenere un lavoro, specialmente se si è mamme. Datacontact ha, da sempre, dato la possibilità a tutte le donne impiegate in azienda, di poter lavorare e creare un percorso di crescita professionale ed economica che ha dato loro l'equilibrio giusto nella complessa società in cui viviamo. Il simbolo di questa bellissima festa, che da valore a tutte le mamme lavoratrici, per noi operatrici impegnante nell'attività di Seat Pagine Gialle è la figura della nostra Team Leader Donatella, presente anche lei con sua figlia Sofia e con il suo bimbo in arrivo.
All' evento hanno partecipato bambini appartenenti a diverse fasce d'età, dai 2 ai 7 anni, una fase della vita in cui la figura della mamma è molto importante, perché deve essere presente nella loro quotidianità e farli sentire amati. Grazie a Datacontact, e al lavoro di operatrice di contact center, la mamma c'è; lo sanno bene anche i bambini che sono stati negli uffici di via Don Guanella ed hanno visto il luogo in cui lavorano le loro mamme e cosa fanno nel loro "orario d'ufficio".
Una bellissima iniziativa che ha coinvolto le mamme ed anche i loro piccoli in divertenti

momenti da condividere insieme, svolgendo attività ludiche adatte alle loro fasce d'età, come colorare bellissimi disegni, fare girotondi e giochi prima di godersi un momento di relax per tutti i presenti con un piccolo buffet con dolcetti, salatini e bibite rinfrescanti, che sono la gioia dei bambini. A fine festa, i bambini hanno ricevuto dei libricini con delle fiabe, cosicché le loro mamme prima di addormentarsi, possano ritagliare un momento speciale tra madre e figlio.
L'ultima edizione de "La festa della mamma che lavora" è stata la più bella a cui abbia mai partecipato, perché essendo una dipendente di Datacontact, finalmente mi sono sentita realizzata nell'ambito lavorativo, dando così un senso alla mia vita di mamma e soprattutto di Donna. Grazie Datacontact!

Agata Francavilla
(Bari)

Momenti di gioia

Ho partecipato per il secondo anno consecutivo alla "Festa della mamma che lavora" con i miei due bambini di sei e tre anni ed è stata davvero una bella esperienza.
Che i piccoli si siano divertiti è fuori dubbio. Quale bambino non è divertito dalla presenza dei personaggi Disney, di animatori che li coinvolgono nei loro giochi, balli, spettacoli, che regalano loro palloncini e braccialetti e che colorano le loro mani per lasciare le impronte su di un grande cartellone?
E quale mamma , o papà, non è felice nel vedere il proprio bambino che partecipa a queste attività? La cosa più bella per noi mamme è ritrovarci al di fuori dall'ambito lavorativo con quei bambini di cui parliamo tutti i giorni confrontandoci tra noi, ritrovandoci, un po' imbarazzate, a saltare e a giocare con loro.
È un modo simpatico e originale di presentare il posto di lavoro ai nostri figli.
Mi auguro di essere presente nuovamente il prossimo anno e di ritrovarci con altre colleghe che, magari, nel frattempo, saranno diventate mamme.
Proprio in questi mesi, infatti, stiamo vedendo crescere nel nostro field un bel pancione e tanti altri se ne vedono in giro per i corridoi.

In bocca al lupo e buon pancione a tutte!

Irene Cosentino
(Matera)

LA MAMMA

La mia mamma
è come il sole al tramonto,
che non smette di illuminare,
perché il suo grande cuore
è pronto ad amare.

Ogni mamma
Ha poteri magici,
che fanno sorridere
un bambino che piange.

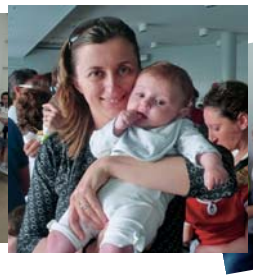
La mamma
è sempre in festa,
come una lampadina
che ha sempre energia

Una mamma
è come una stella
che può illuminare il mondo,
con la sua forte luce
che sprigiona ogni notte serena

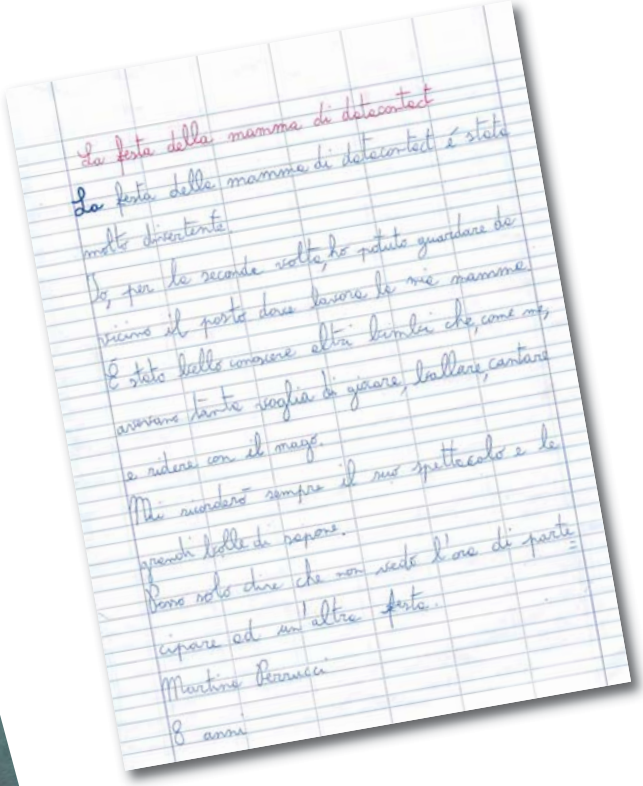
La mamma di ognuno,
per me è un faro che illumina
la strada da percorrere
senza trovare ostacoli...

Emanuela Tarasco
figlia di Imma Fontanarosa

datacontact FESTA DELLA



MAMMA CHE LAVORA 2012

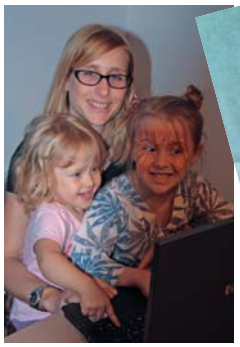


La festa della mamma di datacontact

La festa delle mamme di datacontact è stata molto divertente.
Io, per la seconda volta, ho potuto guardare da vicino il posto dove lavora la mia mamma.
È stato bello conoscere altri bambini che, come me, avevano finito voglia di giocare, ballare, cantare e ridere con il mago.
Mi ricorderò sempre il suo spettacolo e le prendo belle di sapone.
Posso solo dire che non vedo l'ora di partecipare ad un'altra festa.

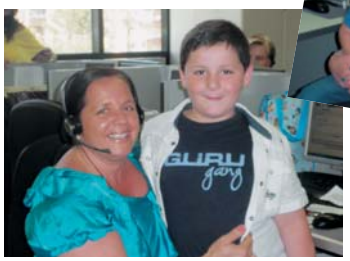
Martina Perrucci
8 anni

LA FESTA A MILANO



LA FESTA A POTENZA

LA FESTA A BARI



La nuova kermesse Sky

Ai due classici appuntamenti con la kermesse del canale Telesales di Sky, se ne è aggiunta quest'anno inaspettatamente una terza, organizzata in più incontri in tutta Italia con i partner di vendita, che ci ha visti coinvolti insieme ad altri due fornitori nell'appuntamento organizzato a Lecce il 17 aprile.
Si è trattato di un incontro utile ed interessante, orientato in maniera precisa alla diffusione di importanti dati sulla crescita dell'azienda e del nostro canale di vendita, ma anche per avere una visibilità più precisa delle novità di contenuto e di tecnologia che il nuovo anno commerciale, che comincerà nel mese di Luglio, porterà con grande risonanza nel panorama televisivo nazionale e che si trasformeranno nei decisivi driver di vendita per tutti i nostri operatori dedicati all'acquisizione di nuovi clienti Sky o alle attività di up selling sulla customer base.
Non è un segreto che i primi mesi del 2012, complici la crisi economica internazionale ed i venti di recessione per il nostro Paese, sono stati molto complessi per la tenuta delle performance di tutte le attività di vendita, e che si è dovuta mettere in campo tutta la tenacia e la creatività possibili per riuscire a mantenere, o addirittura in casi come il nostro ad incrementare, le performance quotidiane. Ancora più importanti, quindi, diventano questi appuntamenti che possono trasformarsi in pure iniezioni di fiducia ed in un maggiore ottimismo per il futuro di questa importante attività.
La mattinata di lavoro e di confronto si è aperta con la relazione di Francesco Calosso su temi cruciali legati ai dati di crescita, del mercato e ai driver di investimento su cui Sky Italia punta per superare di gran lunga l'obiettivo già raggiunto dei cinque milioni di abbonati.
Le importanti risorse che saranno messe in campo verteranno su tre assi principali: i contenuti, le tecnologie e le persone.
Sul primo punto di grande rilievo è la decadenza allo scorso dicembre dei vincoli che impedivano l'acquisizione di contenuti in esclusiva da parte di Sky, con la conseguente grande opportunità di disporre – a fronte degli accordi già siglati o in dirittura di arrivo – di esclusive come la prossima Champion's League e tutti i film Disney, oltre al grandissimo sforzo che sarà speso a partire da fine luglio con tutti i canali dedicati alle Olimpiadi di Londra, con la diretta di tutte le gare, la disponibilità di contenuti in 3D ed i pannelli interattivi per tenere sempre sott'occhio lo scacchiere delle gare già disputate e del medagliere. Non meno importanti sono gli investimenti che si stanno realizzando sul fronte delle tecnologie, con nuovi lanci di applicazioni e strumenti che saranno disponibili molto presto e che renderanno la fruizione dei contenuti un'esperienza sempre più coinvolgente e personalizzata. Basti pensare alla possibilità, attraverso la funzionalità di Sky Go, di vedere i programmi del proprio pacchetto Sky anche su tablet o PC, consentendo la mobilità su un servizio, quello televisivo, sempre considerato come legato alla fruizione casalinga. Le persone, che sono il terzo driver di importante crescita ed investimento per Sky, ci vedono protagonisti in questo processo, con un coinvolgimento sempre maggiore delle nostre risorse nelle strategie di commercializzazione, anche attraverso lo strumento della centralizzazione che ha già abilitato da diverse settimane le nostre sedi di Matera e Bari, e un'attenzione maniacale alla qualità della nostra vendita, con l'obiettivo di acquisire sempre più clienti sicuri ed affidabili, come è dimostrato anche dalle perfomance sempre più brillanti in quest'ottica del canale telesales. Ma persone significa anche una conoscenza ed uno studio sempre più approfonditi del profilo-tipo dei potenziali clienti Sky. In questo caso è stata realizzata una indagine di mercato volta proprio ad individuare i target a maggiore propensione di acquisto del prodotto Sky, studiando per ognuno di essi il contenuto da porre come centrale nella proposizione di vendita e gli assi su cui concentrare l'intera trattativa: uno strumento che, se messo a disposizione insieme alle anagrafiche, potrà reinventare completamente le tecniche di vendita legate a questa attività.
Per una maggiore visibilità dei risultati e degli obiettivi legati alla nostra attività di vendita telefonica, Marco Barone ha, poi, snocciolato degli importantissimi dati sull'andamento degli ultimi mesi delle varie attività in cui anche Datacontact, sul fronte prospect e up selling, è direttamente coinvolta. Il nuovo sistema centralizzato di gestione dei contatti telefonici porta al committente contestualmente una gestione più efficace e controllata delle anagrafiche dei clienti da contattare (bene sempre più scarso e prezioso) e la possibilità di confrontare le performance dei vari attori in ottica di miglioramento complessivo dei dati di canale. Ad oggi già il 60% delle vendite acquisite viene realizzato presso le strutture, inclusa la nostra, che sono state già incluse nell'investimento della centralizzazione, con un dato medio di performance migliore rispetto ai partner che sono in attesa di essere coinvolti nel progetto. Ma le novità più importanti ed interessanti per noi riguardano principalmente l'investimento che Sky intende fare proprio sul fronte delle anagrafiche, anche grazie a partnership con altre importanti aziende italiane, al fine di disporre di numeri di potenziali clienti interessati al contenuto dell'offerta e maggiormente propensi all'ascolto degli operatori. Ciò si traduce in un obiettivo di riduzione delle anagrafiche del cosiddetto Database Unico, un incremento dei leads e dell'utilizzo degli SMS come fonte di reperimento di nuovi potenziali clienti. Questo dovrebbe consentire, insieme ad un set di informazioni il più possibile dettagliate sul profilo di consumo del cliente, una maggiore disponibilità all'ascolto ed una conseguente efficacia della nostra azione di vendita.
Con queste importanti armi, e con le prospettive date anche dall'integrazione dei contenuti televisivi con la connettività Internet (come ad esempio l'offerta Home Pack in partnership con Fastweb), dobbiamo dimostrarci pronti a cavalcare le opportunità che si prospettano per la chiusura di questo anno commerciale e soprattutto per una partenza ai massimi livelli della nuova stagione, che sarà sicuramente distintiva e differenziale rispetto alla concorrenza.
Tutto questo in attesa del nuovo appuntamento con Sky e con grande curiosità di conoscere i nuovi contenuti e le sorprese tecnologiche che il committente sta riservando ai suoi clienti e che al momento sono ancora…top secret!

Laura Tosto

Una iniezione di positività

Ancora una volta Datacontact ci ha dato l'opportunità di vivere un incontro con il nostro committente Sky, questa volta però in veste informale. Con molto entusiasmo abbiamo accolto l'invito per la Kermesse del Canale Outbound, noi tre, che tutti i giorni condividiamo e affrontiamo assieme il viaggio da Bernalda a Matera. All'alba del 17 aprile 2012 comincia la nostra avventura: è stato bello mettersi in viaggio con una splendida alba dalle sfumature rosee ed emozionanti che ci ha proiettate nella dimensione di una giornata positiva. Prima tappa: MATERA, dove i nostri colleghi ed il nostro Responsabile Piero Staffieri ci attendevano. Seconda tappa: BARI , gruppo capitanato dalla nostra Capocommessa Rosa Lepore e finalmente l'autobus era completo. Partiamo alla volta di Lecce, ore 9.30 arrivo all'Hilton Garden Inn e dopo il Welcome Coffe iniziale, ci siamo recati nella sala conferenze per l'aggiornamento sulle strategie di marketing dell'ultima parte di quest'anno fiscale, il 2012.
Il Primo intervento è stato tenuto dal Manager Francesco Calosso, il quale ci ha illustrato con orgoglio i dati in salita di Sky, nonostante l'ostico periodo di crisi che investe attualmente il nostro Paese. Oggi e più di ieri, Sky punta sulla tecnologia del MySkyhd, Sky GO, e sui contenuti trasmessi in esclusiva assoluta come la Champions League e tutta la produzione dei film Disney. Così facendo, è stata sottolineata con ottimismo l'unica opportunità che gli italiani hanno per una televisione di qualità e ricca di nuovi spunti; inoltre, si è parlato della straordinaria partnership tra Sky e Fastweb per un futuro all'insegna dell'ottimizzazione tra servizio satellitare e telecomunicazioni. Ci siamo salutati con un rinfresco nella sala da pranzo dell'Hotel e subito dopo abbiamo ripreso con tutta la squadra, l'allegro e fiducioso viaggio di ritorno.
Come sempre l'azienda ci ha fornito un'ottima occasione di confronto, un momento formativo e allo stesso tempo un modo diverso di sentirci parte fondamentale di un'attività, dandoci un'entusiasmante iniezione di positività.

Annalisa Mangia
Pina Miraglia
Loredana Molinaro
(Matera)

Cronaca di una giornata speciale

17 Aprile 2012. Una quarantina di indomiti e temerari eroi partono alla volta di Lecce, culla della cultura e dell'arte barocca: obiettivo Kermesse Sky. Ma facciamo un passo indietro. Ore 6.00... sveglia! Il risveglio è sicuramente traumatico, ma un buon caffè ed una sana doccia servono a lenire lo shock iniziale e a portare un po' di buon umore.
La giornata non è delle migliori, ricorda una triste mattina invernale, ma sicuramente non è questo il caso. E alla fine si parte! Siamo qui al punto d'incontro, tutti ancora un po'assonnati e più belli del solito. L'entusiasmo e l'allegria sprizzano dai nostri volti e ci accompagneranno per tutta la giornata. E ci sono anche i nostri colleghi di Matera in quest'avventura.
Il viaggio prosegue in maniera veloce e piacevole, e tra qualche scherzo, chiacchiera o colpo di sonno, accompagnati da una musica dance anni 90' (de gustibus!) arriviamo finalmente in quel di Lecce. Il tragitto è servito anche per conoscere e confrontarci con i nostri colleghi di Matera. Lì ci attende una bellissima giornata di sole e presso l'Hotel Hilton, luogo in cui si terrà la Kermesse, un'ottima colazione. Verso le 11.00, presso la sala congressi, comincia l'incontro, che ha duplice valenza: puntare i fari su quelli che sono gli scopi futuri e allo stesso tempo esaminare quanto fatto fin'ora.
Il primo aspetto viene esaminato in maniera puntuale ed esaustiva dai responsabili di Sky che sottolineano quanto sia importante, specie in un periodo economico non particolarmente florido, come quello che stiamo vivendo, investire. Ed è proprio questa la politica del nostro committente, investire tanto, sia sulla parte tecnologica, come per esempio il lancio dello Sky Go, sia dei grandi eventi sportivi, come le Olimpiadi, nonché con gli eventi cinematografici, che nei prossimi mesi arricchiranno il palinsesto di Sky. Allo stesso tempo un interessante interrogativo ha trovato risposta... esistono ancora delle fette di mercato a cui il prodotto Sky può rivolgersi? La risposta è chiaramente sì! Sono ancora presenti consistenti fasce di mercato costituite da famiglie, i fan di Sky, sportivi e persone particolarmente esigenti in materia di gusti televisivi. Un vero e proprio macrocosmo a cui portare assoluta attenzione e a cui soprattutto spiegare l'importanza del prodotto, mettendo in risalto tutti quegli aspetti tecnologici, qualitativi e quantitativi, che da sempre hanno caratterizzato il "Brand Sky".
Il secondo aspetto, esaminato dal Dott. Marco Barone, mette in risalto quanto di buono sia stato fatto fin'ora. Il canale outbound è un canale dinamico e attivo, e nel corso dell'anno ha registrato dei notevoli risultati sia sul lato prospect che su quello upselling, fornendo in questo modo delle importanti garanzie in termini di qualità e quantità.
L'ultima parte dell'incontro è servita a sancire un altro importante successo delle famiglie Sky; infatti dopo aver festeggiato recentemente l'invidiabile traguardo dei 5 000 000 di abbonati, oggi Sky può vantare un altro invidiabile primato: i primi 100 000 clienti Home Pack, coloro che hanno il contratto Sky con la telefonia fissa Fastweb. Un vero e proprio must dell'azienda, ed è sicuramente questa la strada da seguire!
L'incontro è stato molto importante, ricco di informazioni e spunti che ci hanno trasmesso nuovi target e obiettivi, indispensabili per affrontare le nuove sfide che ci attenderanno nei prossimi mesi.

Giuseppe Farella
(Bari)

Premiati "I Magnifici Unicom"

Il progetto "Datacontact. Il Musical" riceve il primo premio e il premio nella categoria Innovazione

Venerdì 18 maggio a Milano presso il Centro Congressi Svizzero, nell'ambito dell'Assemblea Generale Unicom, si è tenuta la premiazione della prima edizione de "I Magnifici Unicom", premio dedicato a Gianni Muccini, aperto alle aziende associate per la selezione delle migliori campagne di comunicazione realizzate nel 2011. Datacontact è risultata vincitrice nella categoria Innovazione per la miglior strategia di comunicazione integrata offline/online/unconventional ed ha ricevuto il primo premio assoluto presentando il progetto "Datacontact – Il Musical", realizzato in occasione della convention celebrativa del primo decennale di attività dell'azienda.

Due assegnazioni che premiano l'originalità della nostra iniziativa e riaccendono emozioni e ricordi su un grande momento di condivisione vissuto insieme.
Unicom ha attribuito inoltre i premi di categoria a Input/Torino per l'auto-promozione, a Ofg per la pubblicità sociale con la campagna GS, a Play Adv per la partnership con il riposizionamento di Dimar, a Simonetti Studio per il made in italy con la campagna Smat e a Studio Lanza per la categoria start-up con la campagna del Gruppo Ascopiave.
È stato assegnato infine il premio speciale per il sistema di comunicazione al target giovani a Carta e Matita per Art Gallery.

COMUNICARE CON LA MUSICA

Sembra ieri ma è passato già un anno dai preparativi per la convention dei dieci anni di Datacontact. Nei frenetici ed intensi mesi di maggio e giugno in azienda si respirava un'aria di attesa per l'approssimarsi dell'evento, resa ancor più elettrica dalle sessioni creative e dalle prove necessarie nel poco tempo a disposizione per la preparazione del musical.
Quell'idea, proposta forse inizialmente senza una vera consapevolezza della sua complessità, diventava realtà: dal casting alla selezione dei brani musicali, dall'adattamento dei testi alle coreografie.
Il coinvolgimento attivo di numerose risorse in veste di ballerini, attori, cantanti e musicisti che già aveva caratterizzato le precedenti convention si concretizzava questa volta in qualcosa di organico. Uno spettacolo vero e proprio, alla cui sintesi affidare un profilo a tutto tondo dell'azienda nei diversi aspetti della realtà operativa di ogni giorno: le principali attività svolte nelle aree del contact center e delle ricerche di mercato, la selezione del personale, il percorso di crescita professionale dalla formazione iniziale al training on the job, le sfide per il raggiungimento degli obiettivi, il rapporto con la committenza, il cammino della qualità, l'importanza del lavoro di squadra, le difficoltà di un settore spesso interessato da luoghi comuni e pregiudizi.
Questa entusiasmante esperienza che ha visto uniti protagonisti e spettatori in una magica atmosfera di festa ha permesso di mettere in scena, con semplicità, allegria e autoironia, la vera essenza del clima aziendale.
Ricordo che a luci spente, con ancora i battiti accelerati per tutte le emozioni vissute, sono rimasta sorpresa nel sentire Michelangelo Tagliaferri affermare:"questo può diventare un format di comunicazione!". Un grande complimento per il nostro piccolo esperimento, completamente autoprodotto, che probabilmente è riuscito a coinvolgere proprio per la sua autenticità ed è stato apprezzato per la capacità di alimentare il senso di appartenenza e lo spirito di gruppo.
La scelta di affidare alla musica il racconto del vissuto quotidiano e dei valori che guidano e animano il lavoro aziendale ha reso innovativo il nostro progetto ed oggi i due premi che Unicom ha voluto assegnare sono un attestato che riconosce all'idea originalità ed efficacia come strumento di comunicazione.
Uno speciale ringraziamento va a tutti coloro che hanno creduto sin dall'inizio nell'avventura del musical, partecipando ognuno con il proprio talento, con impegno e mettendosi in gioco per la migliore riuscita dello spettacolo.
A loro dedichiamo questo importante riconoscimento.

Annette Tosto

Workshop Speech Diving 2012: l'impiego del linguaggio naturale per le interazioni automatizzate dei servizi di customer care

Ed eccoci nuovamente ad affrontare i temi della multicanalità e della necessità di interagire, in ottica di servizio sempre più efficiente, con utenti tecnologici e competenti.
Come ormai è autoevidente, la disponibilità e diffusione di nuovi apparati di comunicazione sempre più evoluti ed immediati, ha indotto l'adozione di stili comportamentali nuovi. Oggi ci muoviamo - comunicando, ricercando informazioni e fruendo di servizi – in un batter di click sullo smartphone.
L'evoluzione delle interfacce predispone ad una interazione uomo-macchia immediata e sempre più simile al rapporto personale.
Oggi le persone hanno preso l'abitudine ad utilizzare servizi automatici web e voce: si registra infatti minor resistenza e maggior fiducia verso la tecnologia, altresì si rileva meno disagio e una semplificazione dell'approccio. Ciò d'altra parte significa un innalzamento delle aspettative degli utenti verso i servizi automatici e una apertura verso un mix di servizi automatici e assistiti.
È ormai diffusa l'attesa di un servizio h24, con risposta immediata, di facile accesso e gestione con implicazioni multicanale (voce e web). E poiché il 70% delle interazioni delle aziende passano attraverso questi due canali prioritari – telefono e web/ mail – la possibilità di semplificare anche una sola percentuale di questi scambi può portare ad un vantaggio significativo per le aziende. Si presenta quindi una nuova opportunità, e una grande sfida, per un'ulteriore automazione del customer care attraverso la simulazione del linguaggio naturale, la proattività del sistema e la ricerca per parole chiave (grazie ad analisi statistiche, lessicali e semantiche della conversazione) al fine di creare sistemi intelligenti in grado di interagire con l'utente approssimando sempre più un'interazione personale umana.
Gli interventi presentati nel corso dell'evento hanno infatti offerto una panoramica sull'impiego della Natural Language Interactivity in diversi settori, sulle applicazioni in multimodalità voce/testo/immagini e sulle tecnologie alla base delle soluzioni proposte da Interactive Media, sponsor del workshop.
Agenti virtuali - come Ada, Iva ed Emma che si occupano rispettivamente delle interazioni telefoniche, web e della gestione automatica delle mail – in grado di riconoscere il linguaggio naturale, rispondere e porre domande con un livello di efficienza talvolta superiore a quello che potrebbe essere offerto da un operatore umano (es. nel riconoscimento di CF in cui possono percepire l'errore e offrire una correzione o nelle conversazioni a veloce articolazione). Oppure i servizi in movimento – come trova bancomat, chiama taxi o infobus – sono un esempio di come i servizi possono essere efficacemente gestiti in multicanalità attraverso interazioni automatizzate.
Oltre 130 esponenti di 70 aziende hanno partecipato a questo workshop svoltosi a Milano il 27 marzo 2012 presso il Centro Congressi Palazzo delle Stelline per scoprire, attraverso i casi di studio, le nuove frontiere dei servizi basati sul dialogo naturale.

Laura Locatelli
(Milano)

Un anno con Iren Mercato: uno sguardo al passato ed un pensiero al futuro

È trascorso poco più di un anno da quando il 31 marzo 2011, un ristretto gruppo di 5 operatori ha dato l'avvio alla commessa Iren Mercato, all'inizio il breve test di 10 giorni, non faceva assolutamente prevedere la grande svolta che questa commessa avrebbe dato alla sede Datacontact di Potenza. Noi stessi nonostante l'impegno profuso quotidianamente non immaginavamo nulla di quanto in questi ultimi giorni si sta concretizzando.
Ma facciamo un passo indietro di 100 anni.
Come leggiamo sul sito del nostro committente: "È del 1905 la decisione del Comune di Parma di costituire l'azienda municipalizzata per la distribuzione dell'energia elettrica, la quale nel ventennio successivo oltre al servizio elettrico inizierà a gestire anche la distribuzione del gas metano (1912)"..."Due anni più tardi, siamo nel 1907, nell'area del Martinetto entra in servizio il primo impianto termoelettrico destinato ad assicurare l'energia alla Michelin. Nasce l'Azienda Elettrica Municipale di Torino (AEM Torino)"..."La storia di AMGA prende avvio invece nel 1922, quando nasce l'Azienda Municipale del Gas di Genova che, nel 1937, diventando Azienda Municipalizzata Gas e Acqua, acquisisce anche la gestione di alcuni acquedotti locali ed assume il nome che la accompagnerà sino al 2006"..."La metà dell'ultimo decennio vede invece nel nostro Paese l'avvio della fase delle grandi aggregazioni tra le multiutility: nel 2005, dall'unione tra AGAC Reggio Emilia, AMPS Parma e Tesa Piacenza nasce Enìa, che si quota in Borsa nell'estate del 2007, mentre il 31 ottobre 2006, dalla fusione tra AEM Torino ed AMGA Genova, nasce Iride". Ma la storia continua... Nel 2010 dalla fusione fra Iride Mercato ed Enìa Energia, nasce finalmente la "nostra" Iren Mercato. Solo un anno dopo il contatto con Datacontact e dopo due test iniziali (il secondo di 30 giorni) l'avvio dell'attività di acquisizione di clienti nel mercato libero dell'energia elettrica e del gas.
Un'azienda giovane quindi, ma con alle spalle un bagaglio di esperienza e di evoluzione notevole che ha incontrato la nostra voglia di metterci in gioco e di riuscire.
La nostra attività si esplica concretamente nel teleselling di offerte single e combinate di energia elettrica e gas a clienti del Piemonte, Emilia Romagna e Liguria. Da dicembre 2011 la piccola attività gestita da una quindicina di operatori si è ulteriormente "allargata" con l'ingresso di altri 30 operatori e ad oggi contiamo quasi 70 risorse fra venditori, bo e staff.
Sempre a dicembre un'altra novità, in un periodo in cui in genere si evitano start up in aree vergini, diamo la nostra disponibilità ad effettuare un test di 10 giorni in alcuni comuni di Puglia e Basilicata fra cui Potenza e Matera, test diviso in due parti, di cui uno rivolto alla ricerca/indagine di mercato in cui siamo stati supportati dalla sede di Bari, l'altro nel teleselling, mai come in questo caso tanto prospect. Anche qui nessuno immaginava quale piega avrebbe preso questa sfida... solo a marzo ci danno conferma dell'avvio di una nuova attività per tutti noi ma anche per l'azienda, Iren Mercato ci affida il door to door, parte così una formazione di 8 venditori provenienti da diverse commesse. Nuova attività in tutti i sensi, ci siamo "improvvisati" pur approfondendo e studiando ancora di più, per formare queste risorse, con cui abbiamo trascorso tre giorni intensi ma che non hanno escluso momenti di interscambio relazionale, ed è così che dal 16 aprile, nella città di Matera non solo i nostri ragazzi ma anche un bellissimo camper brandizzato Iren Mercato colorano le strade dei principali quartieri per informare e vendere energia elettrica e gas... abbiamo un obiettivo quantitativo ambizioso, ancorchè sperimentale sia l'approccio e nuovo il contesto, che cercheremo di raggiungere unendo le nostre forze su più fronti, con la parte outbound, con il door to door, con il camper e con un numero creato appositamente per la nostra attività gestito dalla commessa multiskill di Matera.
Rileggiamo questo articolo, come quando si rilegge un diario ci rendiamo conto ancora di più di quante cose sono successe in un solo anno!!! Guardando l'anno appena iniziato quello che determiniamo è di continuare ad impegnarci su più fronti e di essere positivi e propositivi ancor più che nell'anno appena trascorso... In bocca al lupo a noi quindi, ed un in bocca al lupo speciale alla collega Maria D'Elia che si sta già occupando del coordinamento su Matera e che siamo sicuri, con il suo entusiasmo e competenza possa ottenere un ottimo risultato.

Mariella Vitti
Fernando Scattone
(Potenza)

Una data da festeggiare

Cari colleghi e amici, lo staff di Datacontact Potenza, in occasione del primo anno della commessa Iren Mercato ha deciso di trascorrere insieme una serata di convivialità per festeggiare tutti insieme i risultati del nostro lavoro. Siamo stati in un locale a pochi Km da Potenza, vicino ad uno splendido lago, beh che dire... semplicemente fantastico.
Ci voleva davvero una serata così, per ricordarci che non siamo solo una voce in uno spazio infinito... di telefonate.
Il tempo è trascorso serenamente con ottimo cibo rigorosamente lucano e tra un brindisi e l'altro ci siamo confrontati per migliorare la nostra professionalità come operatori della nuova comunicazione in questo nostro tempo contemporaneo così caotico, ma fiduciosi e convinti che tutto dipende da noi e dalla nostra determinazione senza timore siamo arrivati ad una conclusione: semplicemente siamo consapevoli di essere la nuova frontiera del lavoro che svolge servizi e offre vantaggi per chi ci ascolta, al di là di tutti coloro che ci mettono in discussione e non credono in questo... siamo degli esperti comunicatori!!!
Per rendere ancora più movimentata la serata sul finire, a locale praticamene vuoto, siamo stati coinvolti tutti dalla lettura della mano da parte del collega Vito Palladino che un po' per gioco un po' sul serio si è dimostrato un bravo veggente.
Ci siamo divertiti, ma anche con la giusta attenzione ci siamo ancora di più ascoltati e sentiti vicini, come gruppo, con le nostre debolezze ma anche con le nostre virtù, insomma ci siamo proprio piaciuti, tutti hanno trasmesso molto, pensieri scherzosi ma anche profondi, insomma voci in libertà.
Questa serata ha rappresentato anche un primo saluto alla T.L. della sede di Potenza Maria D'elia che guiderà la (S)commessa Iren che dal nord dell'Italia approda nella nostra terra lucana.
Guardando al futuro abbiamo in mente solo una frase: Siamo sicuri che tutto certamente andra bene!!

Rosanna Russino
Vito Palladino
(Potenza)

Ultimo sprint prima delle vacanze

Ormai è quasi ufficiale: manca poco, un ultimo sforzo, un mese e mezzo di lavoro e poi tutti in vacanza al mare, in montagna o in qualche bellissima città d'arte. In questi giorni, anche Potenza, nonostante la sua fama di città dal clima piuttosto fresco, è stata investita dal caldo torrido dell'anticiclone soprannominato Scipione l'Africano, come il condottiero romano che è passato alla storia per essere stato valoroso guerriero. Proprio in questi giorni difficili per tutti come il noto condottiero dobbiamo dare il massimo e preoccuparci di raggiungere gli obiettivi prefissati per la nostra attività prima dell'interruzione estiva della stessa un po' come accade per gli studenti nel mese che precede gli esami. In migliaia studiano, si preparano e sperano di farsi trovare preparati, altri sperano di riuscire nella missione impossibile di recuperare tutto quello che non hanno fatto nel corso dell'anno scolastico. Il paragone forse non è proprio calzante, ma ritengo davvero bello avere un importante obiettivo, comune e allo stesso tempo di gruppo, da perseguire e che già durante l'anno ci aveva uniti riuscendo a far diventare realtà quello che sembrava solo un test di pochi giorni svolto da poche risorse... proprio, come una meritata promozione.
Ormai tutti sanno che la commessa Iren Mercato è diventata una bella realtà che vede coinvolta la sede di Potenza, eppure sembra ieri che solo cinque operatori, proprio in questo periodo dell'anno, lavoravano pieni di entusiasmo a questa avventura. In questi giorni si ripete la medesima esperienza con un piccolissimo test sul business. Auspichiamo tutti che presto ci sia una nuova e stimolante attività che ci permetta di crescere e di dimostrare, anche a noi stessi, che impegnarsi e credere nelle proprie capacità professionali è molto più facile.
Target diverso, offerte diverse, ma sempre obiettivi sfidanti nella consapevolezza che per raggiungerli occorre impegno e tenacia. Auguro a tutti di dare il massimo in queste settimane, "un ultimo sprint", prima di concederci una bella meritata vacanza piena di sole ed Energia!

Donatella Felitti
(Potenza)

La nuova avventura "Iren Up"

Il primo giugno è iniziata, nella sede potentina di Datacontact, la nuova avventura chiamata "Iren Up". Come tutti gli inizi, lo start-up dell'attività è stato difficoltoso quanto faticoso perché eravamo carichi di aspettative ed erroneamente convinti che si trattasse di un'attività semplice da gestire, forti anche dell'aver ben compreso come funziona il meccanismo di up-selling. Pensavamo, o almeno io pensavo, di essere un semplice "venditore", però strada facendo, con il passare dei giorni ed il crescere dell'esperienza, abbiamo iniziato a carburare ed a comprendere che l'attività di up-selling è anche in qualche modo centrata su un'attenta cura dei clienti. Si tratta in poche parole di una vendita delicata e poco invasiva che punta, in particolar modo, ad offrire al cliente "qualcosa in più" e/o di maggior valore rispetto alla sua iniziale scelta d'acquisto. Questo importante concetto di customer care lo abbiamo compreso appieno grazie ai diversi momenti di formazione ed ai continui briefing che si sono susseguiti in azienda nelle ultime settimane e durante i quali lo staff composto da team leader e responsabili di commessa ci ha costantemente seguito, supportato e, oserei dire, alle volte anche sopportato.
Abbiamo capito che l'up-selling non è un'attività più semplice della vendita, come in molti pensano (e così sfatiamo questo falso mito!), né tantomeno più complessa, è solo diversa, nuova, ed è risaputo che sono necessari soprattutto spirito positivo e capacità di adattamento per affrontare serenamente e con grinta le novità.
Come ogni qual volta ci si trova a dover sostenere una sfida bisogna credere fino in fondo di poterla superare noi crediamo fortemente nella nuova attività e nella nostra capacità di fare di più, di poter raggiungere un risultato migliore di quello raggiunto fino ad oggi.
Ci auguriamo, e ci impegneremo affinché questo accada, di ripetere sempre più spesso: "Grazie per aver scelto Iren Mercato, vi auguriamo buona giornata."

Ines Lopomo
(Potenza)

La sede di Bari di via Don Guanella compie un anno

È già passato un anno dal nostro arrivo in via Don Guanella. Già un anno...
Credo che sia stata proprio questa sede nuova a far trascorrere il tempo così velocemente... per me qui si sono susseguiti molti cambiamenti. Eravamo pronti tutti a questo, non solo io. Sapevamo che sede nuova significava vita nuova. Che avremmo dovuto cimentarci in nuove attività, che avremmo incontrato nuovi colleghi, che avremmo scelto posti differenti anche per passare i momenti di pausa. Così è stato, senza traumi però. Nonostante il cambiamento sia stato davvero importante, ci ha trovati pronti. Datacontact ci ha insegnato fin dal primo giorno ad essere mentalmente dinamici, ad accettare con slancio propositivo le novità, ad avere uno sguardo sempre proteso al domani. Lavorare nella sede di via Piccinni è stata un'esperienza profondamente diversa da quella che si vive in via Don Guanella.
Siamo passati da un ambiente piccolo e raccolto, dove le stanze erano field in cui si lavorava in gruppi ben definiti e seguiti dal T.L. di riferimento, al grande open space dove si confondono le voci di più attività... dove tutti possono guardarsi e confrontarsi.
I primi giorni un po' di smarrimento lo abbiamo avvertito, ma oggi questa è una sensazione lontana. Vivere qui, quotidianamente, ci piace e ci stimola maggiormente.
Per me in particolare, la nuova sede ha significato davvero tante esperienze diverse.
Da operatrice telefonica part-time sono cresciuta professionalmente. Ho iniziato ad affiancare i miei colleghi dell'attività di Seat Pagine Gialle, dove lavoravo "in cuffia"; mi è stata poi affidato uno start-up legato al mondo di GasNatural. Con questa attività ho imparato tantissime cose ed ho capito quante altre responsabilità ci siano al di là della chiusura di una vendita al telefono. Da febbraio sono passata all'attività di Sky, una nuova sfida. Mi piace anche questo. Mi piace il mio lavoro, questa è la verità. Se si lavora con passione e impegno qualunque spazio, qualunque sede, ti si cuce addosso e diventa tua.
Questa sensazione sento di poterla estendere a tutti i miei colleghi. La tenacia e l'entusiasmo che da sempre ha contraddistinto la sede barese di Datacontact, credo sia cresciuta ancor di più nell'ultimo anno.
Siamo consapevoli che l'azienda ha creduto in noi, che ha investito sulle nostre capacità.
È per questo che ci stiamo tutti impegnando al massimo, vogliamo poter raggiungere e superare tutti gli obiettivi che i nostri committenti ci pongono.
Vogliamo che questa sede diventi sempre più forte, che possa garantire sempre più stabilità e sicurezza a chi investe in lei... e a tutti noi che, di giorno in giorno, le dedichiamo il nostro impegno, le nostre professionalità e la nostra passione.

Claudia Amoruso
(Bari)

Il segreto di una squadra vincente: dinamismo e proattività

In questi ultimi mesi la sede di Bari è stata fulcro di diverse formazioni ed aggiornamenti che hanno coinvolto le attività di Seat Pagine Gialle e Sky. Per la commessa Seat Pagine Gialle, infatti, sono state inserite nuove risorse che durante le giornate di formazione hanno acquisito le nozioni principali per la vendita dei pacchetti di servizi del nostro committente. La commessa Sky, invece, ha accolto tra le postazioni numerosi operatori che sono stati adeguatamente preparati per svolgere l'attività up-selling.
Grazie all'ingresso in azienda di nuovi operatori telefonici le commesse crescono costantemente e sono sempre pronte a lavorare per il raggiungimento degli obiettivi sfidanti richiesti dai committenti. L'integrazione di gruppi appena formati, infatti, stimola la pura competizione tra gli operatori, il tutto supportato da uno staff che rende l'ambiente lavorativo sempre più vivace e carico di ambizioni, creando stimoli diversi per il raggiungere il target giornaliero.
Sempre tra i field di Bari si sono susseguite anche delle sessioni formative mirate a degli aggiornamenti inerenti il marketing del prodotto come ad esempio i diversi meeting tra il personale di coordinamento field e gli account e formatori di Seat Pagine Gialle per lo studio delle tecniche di vendita di un nuovo pacchetto. Per l'occasione gli stessi operatori sono stati invitati ad un briefing in cui hanno avuto la preziosa opportunità di confrontati con i formatori Seat per l'elaborazione di un efficace script di vendita. Questo incontro ha generato un vero e proprio clima si entusiasmo all'interno team di lavoro di Seat Pagine Gialle, e ha indotto gli operatori e i team leader a confrontarsi quotidianamente sulle varie obiezioni da superare, facendole diventare vere e proprie opportunità di vendita. Le risorse si sono dimostrate sempre più competenti ed attente agli aggiornamenti consapevoli di impegnarsi per una personale crescita professionale. La stessa attività di aggiornamento c'è stata per l'attività Sky con vari incontri tra i formatori Sky e personale Datacontact, team leader e operatori. Durante il briefing formativo ci sono state inculcate le nozioni sulle nuove strategie di vendita sempre più vicine alla situazione contingente del mercato attuale. Questi momenti formativi che si svolgono in azienda concorrono alla creazione di nuovi stimoli a favore di una vera e propria crescita professionale di noi "professionisti della relazione" che ci scopriamo sempre più competenti e performanti. Dopo un anno nella nuova sede in via Don Guanella, non posso che essere entusiasta dei vari impegni che vedono noi del gruppo staff coinvolti e sempre più attenti alla crescita delle nostre risorse. Lavoriamo insieme per raggiungere il nostro obiettivo principale: garantire un ambiente di lavoro sempre proattivo e proteso all'innovazione.

Giuseppe Carrassi
(Bari)

INTERVISTE QUADRUPLE a cura di Michele Cifarelli

Carmen Montemurro
(Matera - via Lazazzera)

Eulelia Settembre
(Matera - viale Europa)

Rosa Dellino
(Bari)

Valentino Scattone
(Potenza)

Quando la crisi diventa anche una opportunità. Il calo dei consumi e la stretta sulla spesa possono diventare la spinta per riscoprire nuovi stili di vita, passatempi e occasioni di svago, magari più a buon mercato.

Quando senti parlare di "crisi", qual è la prima cosa che ti viene in mente?

Carmen: Il lavoro e la famiglia, che sono fra loro intimamente legati: sono infatti diventata mamma da poco e noto che la crisi morde di più quando la famiglia cresce.
Eulelia: Le tasse che colpiscono tutti in modo indiscriminato.
Rosa: Il più delle volte non voglio pensarci. Tra l'altro mi devo anche sposare, ma voglio essere ottimista.
Valentino: Penso agli stipendi dei politici, dei Parlamentari e dei Consiglieri Regionali. Ci costano 27euro al giorno per persona.

Ritieni che la fase peggiore sia passata o che debba ancora arrivare?

Carmen: Credo sia passata, sono ottimista!
Eulelia: È sicuramente la fase peggiore anche perché peggio di così...
Rosa: Sono sicura che sia questa la fase peggiore. Ma occorre rimboccarsi le maniche e prepararsi alla risalita.
Valentino: Siamo nel cuore della crisi anche se il futuro rimane carico di incertezze.

La crisi fa sentire i suoi effetti su abitudini e stili di vita degli italiani. Tu hai cambiato i tuoi? Come?

Carmen: La crisi provoca cambiamenti in abitudini e stili di vita ma non sempre è un fatto negativo. Io ad esempio ho riscoperto il piacere di trascorrere le serate a casa con gli amici.
Eulelia: Modifiche ma senza eccessi: si esce meno e si mangia meno fuori, nei locali. Far quadrare i conti è l'obiettivo principale.
Rosa: I miei stili di vita? Li ho semplicemente smussati ma non cambiati del tutto. Qualche modifica magari alla ricerca di locali più economici ma non mi sono certamente chiusa in casa.
Valentino: Le abbiamo cambiate io, in famiglia, e gli amici. Se prima uscivo sei giorni alla settimana oggi mi limito a tre.

Ci sono dei capitoli di spesa, nel tuo badget, che hanno subito importanti ritocchi? Quali?

Carmen: Ritocchi importanti, direi proprio di No! Magari si esce un po' meno nel week end.
Eulelia: Sono sempre stata attenta al mio badget: non mi sono mai concessa spese folli. Ritocchi ce ne sono stati ma nulla di eclatante!
Rosa: Qualche taglio alla spesa per l'abbigliamento e magari qualche seduta in meno dal parrucchiere. Ma nulla di straordinario.
Valentino: Abbiamo tirato la cinta. La spesa alimentare ad esempio: giro alla ricerca delle offerte migliori.

E altri che invece sono rimasti inalterati e cui non saresti assolutamente disposto a rinunciare?

Carmen: Sicuramente non si può rinunciare alla spesa alimentare, intesa però come qualità e sicurezza degli alimenti acquistati.
Eulelia: Anche su questo aspetto, non sono intervenuti tagli rilevanti sui capitoli di spesa.
Rosa: La spesa che non ha subito tagli è sicuramente quella del traffico telefonico.
Valentino: I tagli hanno riguardato tutti i capitoli di spesa, in modo più o meno deciso.

Considerando le abitudini degli italiani, dove la crisi farà sentire maggiormente i suoi effetti?

Carmen: Credo si stia risparmiando sul tempo libero, la palestra e i viaggi.
Eulelia: Forse si risparmia sul cinema, il teatro, i viaggi, sul tempo libero in generale. Ma forse anche sull'abbigliamento.
Rosa: Credo si risparmi molto sui beni non di prima necessità, su quelle cose cioè delle quali si può fare a meno, come automobili e vacanze.
Valentino: Gli italiani sono sempre refrattari a modificare le proprie abitudini. Le hanno cambiate forse in termini quantitativi ma non qualitativi, come del resto è successo a me.

Nel tentativo di risparmiare qualche soldino in più, molti italiani hanno riscoperto il piacere di dedicarsi agli sport all'aria aperta o alle passeggiate. A te è successa la stessa cosa?

Carmen: Lo faccio anche io! Adoro passeggiare: ti consente di incontrare gli amici e di impegnare diversamente il tuo tempo.
Eulelia: Io non pratico sport. Quanto alle passeggiate, direi che è davvero un modo piacevole per trascorrere il proprio tempo, soprattutto ora che arriva la bella stagione.
Rosa: Ho smesso di fumare anche a causa dei continui aumenti... Ho riscoperto il piacere della corsa all'aria aperta, sto molto meglio e sono anche dimagrita.
Valentino: Ad esempio, cerco di lasciare più spesso l'automobile a casa. Anche gli amici preferisco incontrarli più in piazza che nei locali.

Ci sono altri momenti della vita quotidiana che hai rivalutato e riscoperto?

Carmen: Quelli dedicati alla famiglia, agli affetti familiari, a marito, figli, nonni, zii. E naturalmente agli amici.
Eulelia: La lettura di un buon libro.
Rosa: Il piacere di fare colazione insieme ai miei colleghi, magari davanti ad una macchinetta del caffè.
Valentino: È possibile che la crisi porti a scoprire e a riscoprire abitudini e stili di vita ma, in ogni caso, provoca disagio.

Spesso sono proprio le difficoltà a scuotere situazioni stagnanti e a creare occasioni di crescita e progresso. Secondo te, la crisi ci renderà migliori?

Carmen: Dopo una brutta esperienza, si ricomincia sempre con più grinta e con la voglia di costruire.
Eulelia: Non tira una bella aria ma tutto dipenderà da noi!
Rosa: Te l'ho detto. Sono ottimista. Credo che dalla crisi usciremo migliorati. Stiamo imparando a far quadrare i conti e stiamo tornando ad apprezzare ciò che abbiamo.
Valentino: Se miglioramento sarà, sarà essenzialmente di tipo spirituale.

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

Nunzia

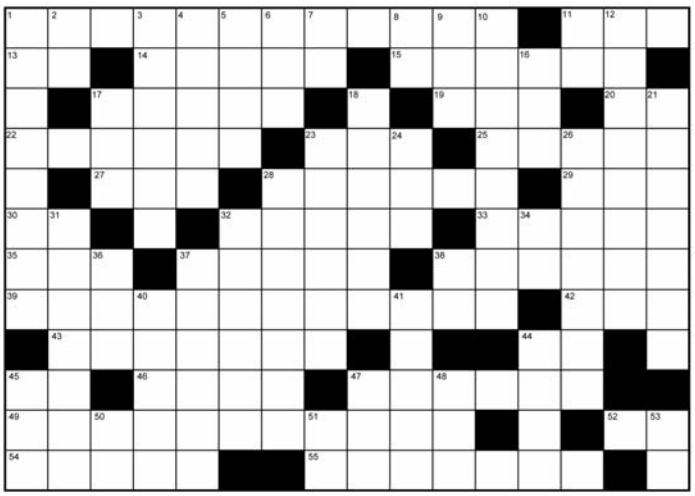
Matera - viale Europa

Vita

Bari

Sara

CRUCIVERBA a cura di Giuseppe Sciacovelli



DEFINIZIONI ORIZZONTALI

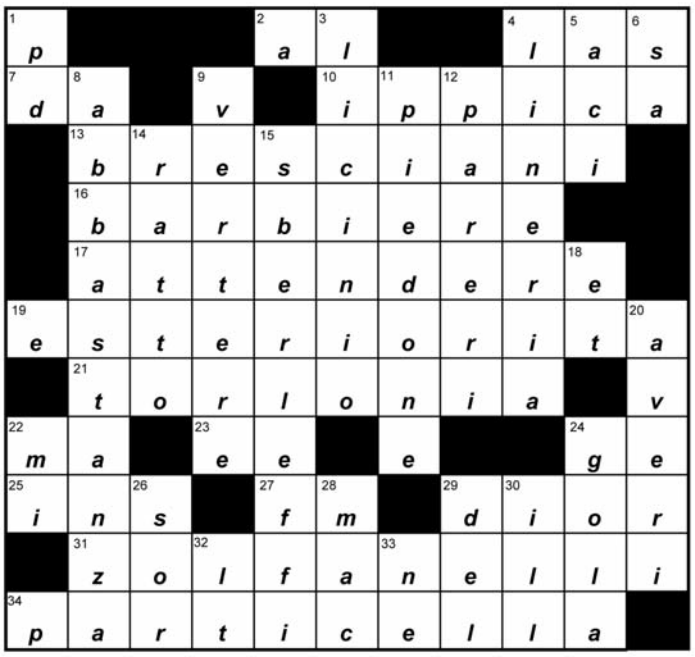
1. Il mestiere dello sciuscià di De Sica 11. La sua ricerca causò una celebre febbre 13. Preposizione articolata 14. Con i suoi fratelli nel celebre film di Visconti 15. Cilindri di foglie essiccate 17. Nell'atletica si alternano sulle pedane 19. Una scritta sul barile 20. Due lettere nella formula della relatività 22. Tiene traccia degli appuntamenti 23. L'alternativa alla raccomandata 25. Un tacco... esagerato 27. Prefisso col significato di sopra 28. Conviene sempre riconoscerli 29. Un formato di compressione dei file 30. Iniziali di Giannini 32. Scherzo, burla 33. Si appendono sul servo muto 35. Il romanziere Fleming 37. Il luogo dello start up di Cristoforo Colombo 38. Un numero senza decimali 39. È astronomico quando è... alle stelle 42. Il principale produttore di penne a sfera 43. Capitale della Slovenia 44. Due lettere di assenso 45. Prefisso iterativo 46. Il nome di Mubarak 47. È velocissimo! 49. Particolarmente degni di nota 52. Sigla di una città Unesco 54. Il brand del cioccolato con la mucca lilla 55. Uniscono i punti con la stessa pressione atmosferica

DEFINIZIONI VERTICALI

1. Un gesto di affetto verso l'auto 2. Al centro dell'aula 3. Eccetto, escluso 4. Pattuglia di sorveglianza 5. Lettera muta 6. Si fissano sul portapacchi 7. Iniziali del compositore Orff 8. Repubblica Serba 9. Nome di dodici papi 10. Un africano del Cairo 11. Adesso...in breve 12. Rientri forzati 16. Fa coppia fissa con Franz 17. Il nome della Pericoli 18. Schernito e offeso 21. Abitante di Rio de Janeiro 23. Una specialità sportiva basca 24. Una tra le più note Agenzie americane 26. Erich, il nazista condannato in Italia nel '98 28. Nome di donna 31. Importante ospedale pediatrico di Genova 32. Edinson, bomber uruguaiano del Napoli 34. Sono pari negli abiti 36. Produceva la mitica Prinz 37. Un solido con due basi parallele 38. Due vocali in bikini 40. Si legge ma non si rilega 41. Un registro contabile 44. Fiume dell'Europa centrale 45. Il gruppo rock di Michael Stipe 47. Si chiede se ne vale la pena 48. Un partito britannico (abbr.) 50. Comunione e Liberazione 51. Alla fine dei Caraibi 53. La bevanda delle cinque di pomeriggio

SOLUZIONI DEI GIOCHI PUBBLICATI SUL NUMERO DI MARZO

CRUCIVERBA



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

gente che... contact!

mensile aziendale

Comitato di redazione

Rossella Tosto
Laura Tosto
Carmela Petrara
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

AUGURI A...

MATERA

Il 27 marzo è nato Alessandro figlio di Angela Raffaella Ditaranto; il 10 aprile sono nate Gemma e Giorgia figlie di Lucia Cuscianna; il 18 aprile è nato Leonardo figlio di Monica Mariano; il 29 aprile è nata Mariapia figlia di Angela Perrone; il 21 maggio è nato Edoardo figlio di Simona Natrella.

PILLOLE TELEFONICHE

illustrazioni Francesco Salinari

PILLOLE… DAL CUP

Assistita: Signorina devo prenotare una visita dietologica.
Operatrice: Dove la prenotiamo?
Assistita: Prima vorrei sapere quanto costa.
Operatrice: Se si tratta di prima visita € 28,66 se invece è visita di controllo 20,91
Assistita: Ahh ma non c'è qualcosa che costa di meno?

In fase di prenotazione di tamponi vaginali
Operatore: Signora non è che sulla ricetta è presente anche la ricerca della Gardnerella?
Assistita: Come, la tarantella?

Sempre sui tamponi
Assistito: Devo fare un tampone rettile
Operatore: Forse tampone rettale?