

## L'assalto alla diligenza.

Di Mattia Camellini

Lunedì 02 Aprile 2007 12:39

---



Da qualche mese sta accadendo qualcosa di abnorme e incomprensibile. Credo che oramai tutti gli italiani ne siano testimoni. Sto parlando delle massicce campagne di telemarketing da parte di alcuni operatori telefonici, ma non solo loro. Non c'è giorno, pomeriggio o sera che i call center di queste aziende non telefonino a casa delle persone per proporre i propri servizi. Fin qui non c'è niente di male se la persona chiamata è consenziente o se appena chiede di essere cancellata, la sua volontà venisse correttamente rispettata. Purtroppo, come ci confermano ogni giorno decine di persone che ci chiamano per verificare la presenza dei loro dati personali nei nostri archivi, le telefonate da parte dello stesso operatore continuano per settimane e, cosa ancora più incredibile, più volte nello stesso giorno. In molti casi le telefonate arrivano anche su numeri riservati, non pubblicati in elenco da anni e misteriosamente in circolazione. Alcune di queste persone ci hanno confessato che per l'esasperazione sono ormai arrivate al punto di non rispondere più al telefono. Guardano nella memoria il numero di chi telefona e poi richiamano solo quelli che conoscono. Non so se esagerano; io vi posso dire che cosa mi è capitato un giorno qualunque, dopo una mattina passata in ufficio a rispondere a tutte le persone infastidite dai call center. Tornato la sera a casa, dopo una mezzora squilla il telefono ed è... la solita azienda telefonica. Avendo negato a suo tempo il consenso a ricevere telefonate commerciali, chiedo di conoscere la fonte dei miei dati. La prima cosa che mi sorprende (ma ho poi constatato che è una risposta standard che danno tutti i call center) è che l'operatore ignora sempre da dove provengano. Il motivo, dice, è che la telefonata gliela "passano in cuffia" e non essendo lui a comporre il numero, spesso non sa neanche chi c'è all'altro capo del filo. Chiedo allora di poter parlare con un suo responsabile, che, neanche a dirlo, è immancabilmente assente o indisponibile. Insoddisfatto e rassegnato, chiedo almeno di essere cancellato dal loro database. La risposta che ricevo è ancora più sorprendente e preoccupante. L'operatore mi assicura che cancellerà subito il mio nome, ma non mi può garantire che io non sarò richiamato nei prossimi giorni da un altro call center della stessa azienda. Ho capito bene? non hanno un archivio centralizzato e condiviso?? Nel frattempo, essendomi fatte le 8 di sera ho pensato di togliermi definitivamente gli abiti di lavoro e rilassarmi un po'. Decido quindi di telefonare a mia

## L'assalto alla diligenza.

Di Mattia Camellini  
Lunedì 02 Aprile 2007 12:39

---

figlia che vive a Firenze. Mentre parlo con lei sul cellulare, le squilla il telefono fisso. Mi chiede di pazientare un attimo perché aspettava una telefonata urgente e, lasciandomi in linea, sento che dice "no grazie, non mi interessa". Appena ritorna all'apparecchio, le dico di sapere con assoluta certezza chi l'ha chiamata, e glielo dico. Non potete immaginare quanto sia aumentata da allora la sua ammirazione per le mie capacità divinatorie. In merito a questo modo di fare telemarketing, argomento che ho già affrontato in due occasioni più di un anno fa (> Prometeo 15), vorrei che si riflettesse maggiormente non tanto sull'aspetto privacy del problema, ovviamente fondamentale ma già ben regolamentato -almeno in teoria- ma su quello più propriamente commerciale e marketing. Se lo scopo principale di queste campagne è la conquista di nuovi clienti, posso testimoniare che una delle affermazioni più ricorrenti da parte delle numerose persone che ci chiamano infastidite dai call center è questa: "Una cosa è certa, dopo questa esperienza, non comprerò mai servizi da queste aziende!" A dire il vero, non tutti i call center si comportano così. Per esperienza personale posso citare il caso di Rusconi-Hachette che ha telefonato alcune sere fa a casa chiedendo di mia moglie. Poiché non compare nell'elenco telefonico, ho chiesto come al solito di conoscere la fonte dei suoi dati. L'operatrice ammette di non saperlo; suppone che abbia risposto in passato a qualche promozione, ma si sarebbe informata e mi avrebbe fatto sapere. Nel giro di 5 minuti, mi richiama e mi indica puntualmente il nome della rivista a cui mia moglie era abbonata e a cui aveva dato il consenso per il trattamento dei suoi dati. Chapeau!