

ANFO og VIRKE

Bransjenorm

for

Callcentre

3. utgave 10. august 2017



ANFO
ANNONSØRFORENINGEN

VIRKE
HOVEDORGANISASJONEN

Innhold

1.0 Omfang	3
2.0 Generelle og driftsmessige krav	3
3.0 Opplæring.....	6
4.0 Kvalitetskontroll.....	6
5.0 Registrering av personopplysninger under kundesamtaler.....	7
6.0 Retningslinjer for opptak av telefonsamtaler.....	7
7.0 Skriftlig bekreftelse	9
8.0 Reservasjoner	9
9.0 Norsk Standard NS 8436/2014	10
10. Brudd på Bransjenormene.....	10



ANFO
ANNONSØRFØRENINGEN

VIRKE
HOVEDORGANISASJONEN

ANFO og VIRKE har i samarbeid utarbeidet en generell bransjenorm for å opprettholde et effektivt og pålitelig system for selvregulering. Hensikten med disse reguleringene (bransjenormene) er å gi forbrukerne og virksomhetene forutsigbarhet og klare retningslinjer for å møte rimelige krav og forventninger som stilles til bransjens praksis.

Bransjenormene for callcentre setter etiske og tekniske standarder for godkjente virksomheters praksis, og det forutsettes at alle virksomheter som er Godkjent Callcenter samt medlemsbedrifter i ANFO og VIRKE følger normene. Det vil videre bli utarbeidet og publisert retningslinjer for praksis på ulike områder som berører bransjen ved behov.

Denne bransjenormen erstatter Bransjenorm for callcentre av 19. august 2009.

1.0 Omfang

Virksomheter som jobber med utadrettet kundehåndtering, enten på egne eller på vegne av andre er undergitt en rekke krav gjennom flere lover, herunder lov om markedsføring, angrerettloven, personopplysningsloven, arbeidsmiljøloven m.fl.

Formålet med bransjenormen er å sikre at alle virksomheter som er Godkjent Callcenter samt medlemsbedrifter i ANFO og VIRKE, i tillegg til å overholde alle relevante lover og regler, også er med på å bringe bransjen et skritt videre slik at vi kan bidra til å sikre varige verdier som godt forbrukervern, gode arbeidsplasser og god kundebehandling. Bransjenormen stiller konkrete tilleggskrav til virksomhetene. Normene vil bli løpende vurdert og oppdatert for å følge utviklingen i bransjen og i markedet.

2.0 Generelle og driftsmessige krav

2.1 Ansvarlig ledelse

Virksomheten skal ha ansvarlig ledelse i.h.t. krav i selskapslovgivningen. Ansvarlig ledelse skal sikre og kunne dokumentere at samtlige lovpålagte krav er oppfylt.

2.2 Etiske regler (krav til virksomhetsutførelse)

Virksomheten skal ha utarbeidet rutiner og retningslinjer for driften som sikrer at virksomhetens praksis er i overensstemmelse med disse bransjenormene.

Virksomheten forplikter seg til å drive sin utadrettede kundehånderingsvirksomhet etter følgende etiske regler:

- a) Det skal kun benyttes lovlige tilgjengelige adressegrunnlag eller adressegrunnlag med oppdragsgivers/egne medlemmer, kunder eller leverandører som ringegrunnlag for utgående henvendelser. Alle adressegrunnlag skal inneholde kildereferanse.
- b) Forsikre seg om at leads er innhentet på lovlig måte (uttrykkelig anmodning til én bestemt næringsdrivende).
- c) Bevisst unngå salg av idéer, produkter og tjenester som for mottakeren kan virke useriøse eller støtende.
- d) Forsikre seg om at de aktuelle produkter og tjenester er lovlig omsatt i Norge.
- e) Det skal ikke inngås avtaler med personer under 18 år, uten at foresatte har samtykket. Dersom selgeren merker at den det samtales med ikke forstår innholdet på grunn av alder, beruselse eller annet skal samtalen avsluttes.

- f) Ved oppringning skal telefonselgerne presentere seg med fullt navn, hvem de ringer på vegne av og oppgi formålet med samtalen. Det skal deretter bes om tillatelse til å fortsette samtalen. Det skal også opplyses om hvem som har gitt opplysningene som danner grunnlaget for samtalen samt gi informasjon om reservasjonsretten.
- g) Virksomheten har ansvar for at alle operatører til enhver tid har forutsetninger for å besvare mottakers/innringers eventuelle spørsmål vedrørende hvem oppdragsgiver er, hva som er aktuell kilde for adresse/telefonnummer samt om reservasjonsretten.
- h) Privatpersoner skal ikke ringes opp før kl. 09.00 og ikke senere enn kl. 21.00 på hverdager. Det skal ikke ringes på lørdager, søndager eller helligdager i henhold til lov om offentlige helligdager jf markedsføringsloven § 14.
- i) Markedsundersøkelser og salgskampanjer må ikke kobles.
- j) Virksomheten skal tilstrebe å ha systemer for å kunne måle kundetilfredshet og førstekontaktsløsning (FCR).

Mer informasjon fra Forbrukerombudet:

<https://forbrukerombudet.no/lov-og-rett/veiledninger-og-retningslinjer/forbrukerombudets-veiledning-regelverket-telefonsalg>

2.3 Bruk av automatiserte ringesystemer

Med dette menes de systemer som er i stand til å ringe et telefonnummer automatisk før en selger er klar til eksklusivt å ivareta samtalen.

Automatiserte ringesystemer skal i størst mulig grad hensynta interessen til personen som kontaktes. I tillegg til effektivitetsgevinster hos callcenter, gir automatiserte ringesystemer muligheter til loggføring, rapporter og lagring av bekreftelsessamtaler som en godkjenningsordning vil benytte seg av. Interessen til personen som kontaktes er for eksempel god opplevd lyd kvalitet, mulighet for å nå telefonen som ringer (se pkt. under) og at det er en ledig kundeselger til å gjennomføre samtalen. Disse formålene og samsvarende interesser reguleres som følger:

Definisjoner:

- a) Live oppringning defineres som en samtale hvor en selger faktisk er i forbindelse med en kunde.
- b) Avbrutt oppringning regnes som enhver samtale hvor systemet frigir linjen (avbryter samtalen) etter at oppringningen har blitt besvart av en kunde.
- c) Minimum ringetid regnes som den tid bedriftens ringesystemer er stilt inn slik at det ringes minimum 4 ringesignaler (= 20 sekunder) før oppringningen avbrytes og samtalen avsluttes som "ikke besvart".

Tilgjengelig kundebehandler/selger

Hvis ingen kundebehandler/selgere er tilgjengelig til å ta samtalen som systemet ringer opp, skal systemet avbryte samtalen og frigi linjen så raskt som mulig. Dette innen maksimalt tre sekunder fra kunden har besvart samtalen.

Andel avbrutte oppringninger

Oppringningssystemet må til enhver tid være justert på en slik måte at avbrutt oppringning unngås, men aldri overstiger 5 % per kampanje. Avbrutte oppringninger skal beregnes på basis av faktiske samtaler ("live oppringninger") på/innenfor samme kampanje og tidsintervall.

Ny oppringning i etterkant av avbrutt oppringning

Om en samtale til en mottager har resultert i avbrutt oppringning skal virksomheten ved en eventuell senere oppringning til samme nummer sørge for at dette gjøres på en slik måte at det ikke blir ny avbrutt oppringning.

2.4 Register over utførelse

For hver individuelle kampanje/prosjekt, må virksomheten føre et register på daglig basis over utførelse (diallerstatistikk) som klart dokumenterer etterlevelse av bransjenormene. Denne skal inneholde:

- a) Antall samtaler forsøkt ringt
- b) Antall besvarte samtaler
- c) Antall samtaler tilkoblet
- d) Antall samtaler overført til ledig selger
- e) Antall samtaler avbrutt oppringning
- f) Antall klager på ringte samtaler

Vedlikehold og oppbevaring av register over utførelse

Statistikker fra dialer må oppbevares minimum 12 måneder, og må være tilgjengelig for inspeksjon etter rimelig varsel fra ANFO eller VIRKE eller annen relevant myndighet.

2.5 Visning av nummer og informasjon til forbruker og andre:

Virksomheten skal gjennomføre en rekke tiltak for å sikre at relevant informasjon er tilgjengelige for forbruker og at det er lett for forbruker å få kontakt med virksomheten og få relevant informasjon.

1: Informasjon på virksomhetens nettside

- Hvilke oppdragsgivere man ringer på vegne av
- Hvilke regler som gjelder for reservasjon for forbrukere

2: Synlig nummer ved henvendelser til forbrukeren

Virksomheten skal ha synlig nummer tilpasset, eksempelvis dedikerte nummerserier, til den enkelte oppdragsgiver. Virksomheten kan ikke pålegge oppdragsgiver å benytte oppdragsgivers egne telefonnumre, så fremt ikke oppdragsgiver selv krever dette.

Virksomheten plikter å ha telefonsvarere som skal gi forbruker god informasjon om:

- Hvilket firma som ringer
- På vegne av hvilke oppdragsgiver
- Henvvisning til telefonnummer eller e-postadresse til virksomheten

3: Besvarelse av henvendelser

- Alle henvendelser som kommer inn til virksomheten skal besvares innen 24 timer
- Virksomheten plikter å ta vare på skriftlig dialog med forbruker i minimum 6 måneder
- Alle henvendelser til virksomheten skal besvares individuelt

4: Intern stoppliste

Virksomheten har plikt til å etablere en særskilt "stoppliste" som leses mot alle prosjekter som virksomheten ringer på/har aktivitet på. Dette er for forbrukere som eksplisitt ber om ikke å bli kontaktet uavhengig av oppdragsgiver. Stopplisten skal kunne etterprøves og kontrolleres av

ANFO eller VIRKE, eventuelt Callcenternemnda.

5: Opplysningsplikt ovenfor forbruker

Følgende informasjon skal til enhver tid være tilgjengelig for forbrukeren:

- Hva henvendelsen gjaldt
- På vegne av hvilken oppdragsgiver

3.0 Opplæring

Samtlige medarbeidere i virksomheten skal ha gjennomgått grunnleggende opplæring som inneholder følgende punkter:

- a) ANFO/VIRKEs etiske retningslinjer og bransjenormer
- b) Samtaleteknikk, service og salgsteknikk samt kundebehandling
- c) Grunnleggende forståelse av de til enhver tid lovpålagte krav
- d) God opplæring på de produkter og tjenester de skal fremme
- e) Gjennomgang av rutiner for medlytting og opptak av samtaler

Alle virksomheter må kunne dokumentere at slik opplæring er gitt. Det stilles også særskilte krav til opplæring og oppfølging av daglig leder og til mellomledere.

God ledelse kjennetegnes ved at det tilrettelegges for at medarbeideren settes i stand til å kunne utføre jobben sin på en tilfredsstillende måte. Medarbeideren skal gis informasjon om forventninger og hva som skal til for å lykkes i arbeidet.

4.0 Kvalitetskontroll

Det stilles krav til at alle salg som gjennomføres i virksomheten skal kvalitetssikres internt før det sendes til oppdragsgiver på følgende måte:

- a) Alle samtaler som ender i salg skal avsluttes med et verifiseringsscript.
- b) Alle verifiseringsscript tapes og gjennomlyttes for å avdekke eventuelle avvik. Unntak fra krav til gjennomlytting gjelder for humanitære organisasjoner og aviser.
- c) Det anbefales at det gjennomføres gjennomlytting av alle medarbeideres samtaler med jevne mellomrom for å sikre løpende kvalitetskontroll.

4.1 Verifiseringsscript

Verifiseringsscriptet skal inneholde følgende:

- a) Navn og personalia på kjøper
- b) Pris og øvrige kostnader på produktet som er kjøpt
- c) Eventuelle bindingstider og minstekjøpsforpliktelser
- d) Informasjon om når produktet vil mottas
- e) Informasjon om angrefristlovens bestemmelser
- f) Annen informasjon som er hensiktsmessig for forbruker avhengig av produkt

De kunder som har fått feilaktige opplysninger ringes tilbake med korrekt informasjon om tilbudet og gis mulighet til å bekrefte bestillingen på nytt.

Ved salg med stor avtaleverdi, og bindingstid for kunde, skal hele samtalen tapes og lagres i avtaleperioden.

4.2 Håndtering og oppfølging av klager

Ansvarlig ledelse skal etablere rutiner og prosesser for håndtering og oppfølging av klager.

5.0 Registrering av personopplysninger under kundesamtaler

Registrering og bruk av personopplysninger reguleres av personopplysningsloven. Virksomheter som registrerer eller bruker opplysninger om kunder må ha rutiner for å sikre at personopplysningslovens krav følges.

Det vises for øvrig til Datatilsynets praksis for behandling av kundeopplysninger;
www.datatilsynet.no

6.0 Retningslinjer for opptak av telefonsamtaler

Det skal alltid opplyses om lydopptak. Hemmelig opptak av telefonsamtaler er straffbart.

Dersom man ønsker å gjøre lydopptak, må det innhentes samtykke fra den registrerte (tredjepart/kunden). Samtykket skal være frivillig, spesifikt, informert og utvetydig.

For opptak av telefonsamtaler, se også:

<https://www.datatilsynet.no/regelverk-og-skjema/veiledere/lydopptak/>

<https://www.forbrukertilsynet.no/lov-og-rett/veiledninger-og-retningslinjer/forbrukerombudets-veiledning-regelverket-telefonsalg>

6.1 Opptak mv for kvalitetssikring/oppfølging/opplæring av arbeidstakere

Når det gjelder opptak av ansatte bør dette som hovedregel baseres på samtykke fra den enkelte ansatte, jf personopplysningsloven § 8 a. Det må imidlertid foretas en konkret vurdering i hvert enkelt tilfelle, og i enkelte tilfeller vil arbeidsgiver i kraft av sin styringsrett kunne pålegge opptak, jf personopplysningsloven § 8 f. Arbeidsgiver skal i alle tilfeller benytte det minst inngripende tiltak overfor sine ansatte. Dersom formålet kan oppnås ved for eksempel medlytt, skal denne metoden benyttes fremfor opptak av samtalen.

I forhold til tredjepart/kunden, må opptak alltid baseres på samtykke, jf Datatilsynets praksis. Virksomheten må innhente samtykke fra den tredjepart/kunden i samsvar med personopplysningsloven § 8, jf personopplysningsloven § 2 nr. 7.

Ved bruk av opptak for kvalitetssikring/oppfølging/opplæring skal det etableres rutiner som sikrer tilstrekkelig informasjon til de ansatte og til kunden, samt rutiner for sletting. Opptakene skal slettes så snart formålet er oppfylt. Datatilsynet har lagt til grunn at noen dager bør være tilstrekkelig for å oppfylle ovennevnte formål.

1. Virksomheten må kunne begrunne hvorfor de fastsatte lagringstidene oppfyller personopplysningsloven § 28, eller redusere de fastsatte lagringstidene med en nærmere klargjøring. Virksomheten må dokumentere sin vurdering i samsvar med lovens § 14 om interkontroll.

2. Virksomheten må etablere rutiner for å gi registrerte innsyn i egne personopplysninger i samsvar med personopplysningsloven § 18. Virksomheten må dokumentere sine rutiner i samsvar med lovens § 14 om internkontroll.

6.2 Medlytting

I de fleste tilfeller vil ikke medlytting omfattes av personopplysningsloven, ettersom det ikke behandles personopplysninger i lovens forstand.

Medlytting benyttes generelt til følgende formål:

- Sørge for kvalitet i samtalen
- Bekrefte innholdet i avtalen med kunden
- Lære opp og utvikle medarbeiderne

Medlytting defineres som følgende:

- a) Når avtalt, ansvarlig person eller oppdragsgiver (såkalt medlytter) sitter ved siden av personen som foretar samtalen og hører på via et ekstra headset.
- b) Når avtalt, ansvarlig person eller oppdragsgiver sitter i et annet lokale og lytter.

Dersom oppdragsgiver skal delta på medlytting, kan det bare gjøres i følgende tilfeller:

- a) For å sjekke at oppdraget overholder angitte service- og kvalitetsmål og at gjennomføringen følger oppdragets retningslinjer.
- b) For å kunne evaluere og utvikle prosjektet i samråd med virksomheten, for å oppnå en optimal håndtering av oppdraget.

Før gjennomføring av medlytting skal følgende informasjon gis til den ansatte:

- a) Målet med medlyttingen skal være definert og uttalt. Alle ansatte skal, når de blir ansatt, informeres om at dette skjer og av hvilke grunner.
- b) Konkret tidspunkt av medlytting skal informeres til de berørte ansatte.
- c) Dokumentering i henhold til detaljerte, fastsatte hovedpunkter i forhold til tema for medlytting.
- d) Utviklingsplan i forhold til feedback til selgeren omhandles for hvordan denne skal kunne nå de oppsatte målene, samt hvilke midler, i form av opplæring og annet, som vil bli gjennomført for å kunne realisere måloppnåelse.

6.3 Opptak med formål å dokumentere inngått avtale

I mange tilfeller vil det være aktuelt å benytte opptak av telefonsamtaler for å dokumentere at avtale er inngått. Dette vil være behandling av personopplysninger og omfattes av personopplysningsloven, se for øvrig punkt 6.1.

Som utgangspunkt bør slike avtaler baseres på samtykke fra den ansatte. Samtidig må det komme klart frem for den enkelte hva som er formålet med opptakene, hvordan disse lagres og hvor lenge de oppbevares. En konkret vurdering må foretas i hvert enkelt tilfelle, og arbeidsgiver vil kunne pålegge opptak i kraft av arbeidsgivers styringsrett, se også her punkt 6.1.

Opptak av samtale med kunde skal baseres på samtykke.

Det skal kun tas opp den delen av samtalen som sikrer dokumentasjon av hva som er avtalt. Før opptak gjøres skal det gis informasjon om bl.a. hva som er formålet med opptaket og hvor lenge opptaket vil bli oppbevart.

Når avtalen er bekreftet skriftlig, eller det er uomtvistet at avtale er inngått, vil man normalt ikke ha behov for fortsatt oppbevaring av opptakene. Disse skal da slettes.

Virksomheten må etablere rutiner for å gi registrerte innsyn i egne personopplysninger i samsvar med personopplysningsloven § 18. Virksomheten må dokumentere sine rutiner i samsvar med lovens § 14 om internkontroll.

7.0 Skriftlig bekreftelse

I henhold til angrerettloven skal selskapet, etter at avtale er inngått på telefon, skriftlig gi forbrukeren opplysninger om:

- At vedkommende ikke er bundet før et tilbud er skriftlig akseptert
- Varens eller tjenestens art
- De totale kostnadene ved kjøpet
- Eventuell bindingstid, abonnement eller minstekjøp

Det er krav om at ved uanmodet oppringing med salgsforespørsel skal forbrukeren akseptere tilbudet skriftlig før bindende avtale er inngått, jf angrerettloven § 10a. Med skriftlig menes en bekreftelse fra forbrukeren ved for eksempel brev, sms eller e-post.

Kravet til å gi skriftlig opplysninger og kravet til skriftlig aksept gjelder ikke for salg av varer og tjenester fra frivillige organisasjoner eller salg av avisabonnement, jf angrerettloven.

8.0 Reservasjoner

Enhver kan ved å registrere sitt navn i Reservasjonsregisteret i Brønnøysund kreve sitt navn sperret mot telefonmarkedsføring. Reservasjon kan også gjøres hos de(t) firma(er) som er avsender(e) av henvendelsene.

Behandlingsansvarlige som markedsfører direkte plikter å vaske mot lovpålagte registre. Det skal senere vaskes mot lovpålagte registre hver måned eller minst før hver henvendelse/kampanje.

Ved bruk av oppdragsgivers kunderegister vil det være oppdragsgiver som er ansvarlig for å påse at vaskeplikten mot lovpålagte registre er oppfylt, herunder at datakvaliteten er tilstrekkelig god og at validiteten av dataene oppfyller lovens krav.

Plikten til å vaske gjelder ikke for markedsføring av egne produkter som rettes til personer som oppdragsgiveren har et eksisterende kundeforhold til, med unntak av oppdragsgivers eget stoppregister og/eller virksomhetens eget stoppregister, jf. pkt. 2.5 nr. 4 «intern stoppliste».

"Eksisterende kundeforhold"

I markedsføringsloven er begrepet "løpende kundeforhold" erstattet med "eksisterende kundeforhold". Hva som menes med "eksisterende kundeforhold" er ikke definert i markedsføringsloven. Hovedregelen er at dersom det ikke foreligger et eksisterende kundeforhold, skal det ikke ringes til personer som er registrert som reservert i Reservasjonsregisteret i Brønnøysund.

For de tilfellene hvor det er uklart om det foreligger et eksisterende kundeforhold, må det foretas en konkret vurdering hvor det bl.a. tas hensyn til bransje, type aktivitet og kundens forventning ved etableringen av kontakt med markedsføreren.

9. Norsk Standard NS 8436/2014

Ved anbud/tilbud skal virksomheten fremlegge NS 8436 som alminnelige kontraktsbestemmelser. Så langt mulig skal virksomheten sørge for at NS 8436 anvendes uten andre endringer eller avvik enn det som er nødvendig på grunn av spesielle forhold ved det enkelte oppdrag.

10. Brudd på Bransjenormene

Brudd på disse bransjenormene kan medføre at virksomheten mister godkjenningen Godkjent Callcenter og kan også medføre utelukkelse fra medlemskap i ANFO og VIRKE.