



Studio indipendente sui costi e impatti sul telemarketing del Registro delle Opposizioni

Claudio Pioli
Partner XL World

Roberto Montandon
Partner XL World

Milano, 9 Febbraio 2011

www.xlworld.eu

Analisi indipendente dei possibili impatti sulle attività di telemarketing conseguenti all'introduzione del Registro delle Opposizioni

Autori:

Claudio Pioli
Partner XL World

Roberto Montandon
Partner XL World

Il Registro delle Opposizioni



- I cittadini e le imprese che **non intendono ricevere chiamate di telemarketing** possono iscrivere il loro numero nel Registro delle Opposizioni
- Le aziende che effettuano telemarketing sono obbligate a non chiamare gli iscritti al registro
- La verifica dei numeri deve essere effettuata sul sito www.registrodelleopposizioni.it
 - ✓ La verifica è a pagamento
 - ✓ Deve essere effettuata nei **15 giorni precedenti** la chiamata
- In caso di mancato rispetto della normativa sono previste **sanzioni da 30.000 a 300.000 euro**

A partire dal 1/2/2011 tutte le aziende che effettuano chiamate a potenziali clienti a fini di vendita/promozione/fissazione di appuntamenti sono obbligate a verificare che il numero chiamato non sia presente nel Registro delle Opposizioni.

Il Registro si applica sia ai clienti privati, sia ai clienti business

Quali aziende sono toccate



- **Tutte le aziende che effettuano attività di vendita o promozione telefonica**
- **Tutte le aziende con una rete commerciale che effettua chiamate ai potenziali clienti**

Anche piccole aziende con una modesta forza commerciale devono iscriversi al registro.

Costo del Registro in Italia



➤ **Pacchetti prepagati** (<https://operatori.registrodelleopposizioni.it/operatori/home-operatori>)

"PACCHETTO DI NUMERAZIONI"	DIMENSIONI "PACCHETTO DI NUMERAZIONI"	TARIFFA (Iva esclusa)
A	1.500	€ 45
B	50.000	€ 1.500
C	300.000	€ 9.000
D	1.000.000	€ 23.000
E	5.000.000	€ 105.000
F	10.000.000	€ 150.000
G	15.000.000	€ 195.000
H	25.000.000	€ 245.000

➤ **I dati devono essere verificati nei 15 giorni precedenti alla chiamata**

- ✓ Ad ogni verifica ciascun numero viene scalato dal pacchetto.

www.xlworld.eu

4

Il registro delle opposizioni prevede che l'accesso ai dati sia remunerato mediante l'acquisto di 'pacchetti prepagati' di validità annuale.

L'operatore ha l'onere di stimare previamente il numero di verifiche che verosimilmente effettuerà nel corso di un anno, pena l'accesso a fasce di sconto più basse.

Il costo della verifica viene di fatto applicato ad ogni richiesta di accesso al registro. Se uno stesso numero telefonico viene chiamato 5 volte in 1 anno (a distanza di non meno di 15 giorni per volta), il costo deve essere sostenuto 5 volte.

Il 50% costo del pacchetto deve essere anticipato, mentre il restante 50% deve essere corrisposto decorsi 6 mesi dall'acquisto.

UK – Telephone Preference System



- **TPS Consumer e TPS Business**
- **Verifica ogni 28 gg**
- **Costo del nominativo:**
 - ✓ 1,22 GBP per 1.000 numeri
 - ✓ Applicato solo la prima volta che il numero viene verificato nell'anno solare. Le verifiche successive sono gratuite
- **Costo massimo applicato ogni anno**
 - ✓ 4.400 GBP per TPS Consumer
 - <http://corporate.mpsonline.org.uk/tpsc/html/costbreakdown.asp>
 - ✓ 2.200 GBP per TPS Business
 - <http://corporate.mpsonline.org.uk/CTPSC/html/cost.asp>

www.xlworld.eu

5

In UK esistono 2 tipi di data base per l'opt-out

- TPS Consumer: per i privati cittadini
- TPS Business: per le aziende

I liberi professionisti sono inclusi nel TPS consumer.

La verifica della presenza del numero nel Data Base è prevista ogni 28 giorni.

L'azienda può accreditarsi direttamente al TPS (Telephone Preference System), oppure operare attraverso un intermediario autorizzato.

Il meccanismo degli intermediari autorizzati genera concorrenza tra le imprese fornitrici del servizio di verifica e riduce i costi dell'adeguamento per le società con bassi volumi di attività.

Le società con elevati volumi di attività possono ritenere più conveniente gestire la verifica autonomamente

Il costo delle verifica è calcolato in 1,22 GBP per ogni 1.000 nominativi verificati.

Il costo viene applicato solamente alla **prima verifica** di ciascun numero per anno solare. Le verifiche successive sono gratuite.

Il calcolo del costo è determinato tramite auto-dichiarazione dell'azienda.

Il costo delle verifica è ulteriormente calmierato dalla previsione di limiti massimi di spesa applicabili ad ogni azienda che accede al sistema.

Il costo massimo applicabile per azienda e per anno è di:

- 4.400 GBP per il data base consumer
- 2.200 GBP per il data base business

Esistono tariffe ridotte per un uso limitato del Data Base (per periodi inferiori a 28 giorni o per aziende che contattano unicamente aree limitate).

Maggiori informazioni sul sito: <http://corporate.mpsonline.org.uk/tpsc/html/default.asp>

USA – Do Not Call List



- **Abbonamento alla do-not call list**
 - ✓ I numeri esclusi vengono inviati a chi ne fa richiesta
 - ✓ E' a carico del chiamante la verifica del DB sulla lista
- **Abbonamento gestito su base distretto telefonico (area code)**
 - ✓ Non si applica alle chiamate B2B
 - ✓ <http://business.ftc.gov/documents/alt129-qa-telemarketers-sellers-about-dnc-provisions-tsr#paying>
- **Costo area code**
 - ✓ Fino a 5 Gratis
 - ✓ Oltre: 55 USD per area code
- **Costo dell'intera lista (tutti gli area code USA)**
 - ✓ \$15.058

www.xlworld.eu

6

In USA il sistema di opt-out si applica unicamente ai privati. Le aziende non sono interessate dal sistema dell'opt-out.

L'azienda che intende effettuare attività di telemarketing sottoscrive un abbonamento finalizzato alla ricezione della lista di numeri degli utenti che non intendono essere chiamati. La lista può essere richiesta sulla base dell'area code (prefisso telefonico).

Un operatore locale potrà ricevere unicamente i numeri della area geografica in cui opera, mentre un operatore nazionale riceverà tutti i numeri.

E' responsabilità dell'azienda che effettua il telemarketing provvedere alla cancellazione dal proprio DB dei numeri che non intendono essere chiamati.

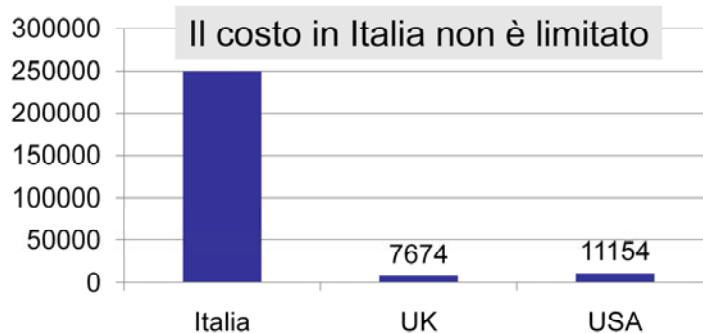
Il costo del registro è di:

- Gratis fino a 5 area codes
- 55 USD per ciascun area code successivo
- Limitato a 15.058 USD per l'intera lista.

Confronto costi tra IT/UK/USA



➤ Costo massimo annuo della verifica



In Italia non è previsto alcun limite per il costo massimo della verifica. Per questo motivo, tutte le organizzazioni che effettuano un numero elevato di contatti, come i call center, le società di telecomunicazioni, le finanziarie, si troveranno a dovere sostenere costi annui sin d'ora stimabili in diverse centinaia di migliaia di euro.

A confronto, i costi massimi applicati in UK e USA sono, rispettivamente, di 7.674 € e di 11.154 € (cambio del 30/1/2011).

Confronto costi



	Small Business	Medio-piccola agenzia TLC	Grande Agenzia TLC Nord Italia	Grande CC SMB	Telecom B2C
Dimensione DB	3.000	500.000	1.000.000	2.000.000	20.000.000
Campagne/anno	4	10	10	10	2
Contatti/anno	12.000	5.000.000	10.000.000	20.000.000	40.000.000
Numero verifiche Italia *	18.960	7.900.000	15.800.000	31.600.000	63.200.000
Costo Italia	€ 585	€ 174.000	€ 219.000	€ 391.000	€ 709.000
Costo UK	€ 17	€ 7.093	€ 7.093	€ 7.093	€ 7.093
Costo USA	€ 0	€ 11.154	€ 11.154	€ 11.154	€ 11.154
Costo ITA/UK	3.436%	2.453%	3.088%	5.512%	9.996%
Costo ITA/USA	Gratis in USA	1.560%	1.963%	3.505%	6.356%

* Cfr slide Costo a Contatto

www.xlworld.eu

8

In questa slide vengono confrontati alcuni esempi di costi applicati dal registro delle opposizioni italiano e dall'equivalente in UK e USA.

Per effettuare il confronto sono stati analizzati casi di diverse tipologie di aziende:

Small Business: piccola/media società che effettua una campagna al trimestre su circa 3.000 nominativi.

Ai fini del calcolo del costo in USA si assume che questi nominativi siano consumatori locali (es: negozio che avvisa i residenti in zona dell'inizio delle promozioni) oppure aziende (es: azienda operante nel B2B che contatta clienti su tutto il territorio nazionale)

Il costo del registro delle opposizioni è pari a 585 €.

Costo in UK: 17 € (34 volte inferiore a quello italiano)

Costo in USA: Gratis

Medio-piccola agenzia TLC: agenzia di un operatore di telecomunicazioni operante su un territorio limitato.

Il costo del registro delle opposizioni è pari a 174.000 €.

Costo in UK: 7.093 € (24 volte inferiore a quello italiano)

Costo in USA: 11.154 € (15 volte inferiore a quello italiano)

Grande agenzia TLC Nord Italia: grande agenzia di un operatore di telecomunicazioni operante su un territorio ampio.

Il costo del registro delle opposizioni è pari a 219.000 €.

Costo in UK: 7.093 € (30 volte inferiore a quello italiano)

Costo in USA: 11.154 € (20 volte inferiore a quello italiano)

Grande Call Center SMB: Call Center di grandi dimensioni: operante con 1.000 dipendenti su attività di telemarketing

Il costo del registro delle opposizioni è pari a 391.000 €.

Costo in UK: 7.093 € (55 volte inferiore a quello italiano)

Costo in USA: 11.154 € (35 volte inferiore a quello italiano)

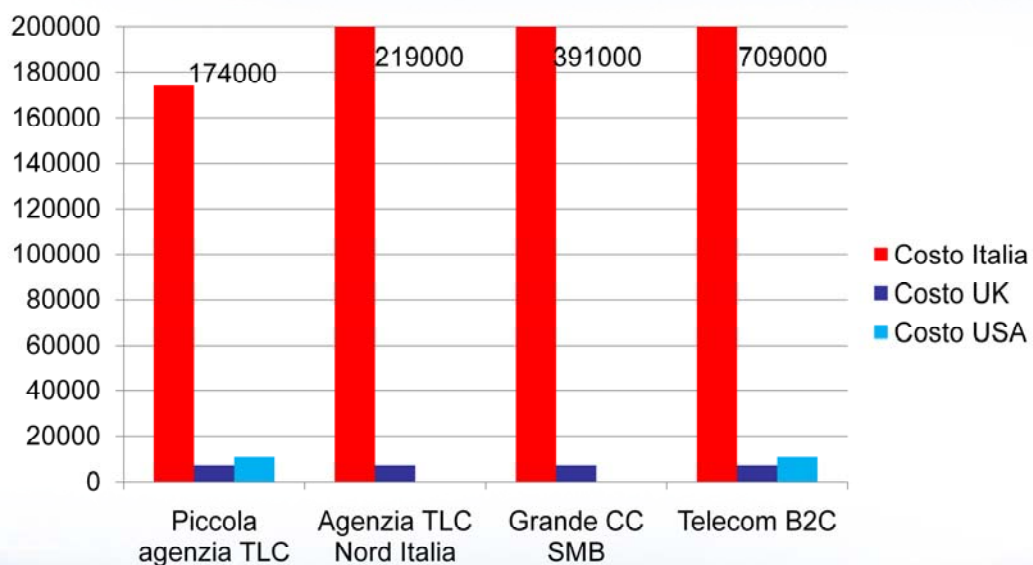
Telecom B2C: Operatore di telecomunicazioni operante sul territorio italiano

Il costo del registro delle opposizioni è pari a 709.000 €.

Costo in UK: 7.093 € (100 volte inferiore a quello italiano)

Costo in USA: 11.154 € (63 volte inferiore a quello italiano)

Confronto costi



www.xlworld.eu

9

Il confronto grafico rende evidenti le differenze tra i costi applicati in Italia e negli altri Paesi.

E' oggettivamente prevedibile che questi costi avranno un impatto rilevante sul telemarketing, allo stato attuale uno dei principali canali di vendita per numerose aziende.

Per rendere visibili i dati, considerate le enormi differenze, è stato necessario modificare la scala del grafico

Costo a contatto



- **La durata tipica delle campagne è di almeno 1 mese**
 - ✓ 15 giorni non sono sufficienti per chiudere un contatto (fuori casa, recall, follow-up...)
 - ✓ Analizzando diverse campagne, mediamente il 42% dei contatti si è chiuso in 15 giorni
- **Esempio di campagna di telemarketing:**

Penetrazione	70%	
Chiusura in 15gg	42%	
Costo lordo della verifica	226%	per c.u.

www.xlworld.eu

10

Analizziamo ora l'incidenza del costo applicato dal RDO su un contatto effettuato in Telemarketing.

Di norma, le campagne di telemarketing vengono pianificate per periodi di almeno 1 mese. All'interno di questo periodo, il target può essere contattato più volte (numero senza risposta, referente non disponibile, appuntamento telefonico ripianificato ad un giorno successivo, ...). Nel corso dei primi 15 giorni di campagna vengono generalmente contattati tutti i numeri almeno 1 volta, ma meno del 50% dei contatti conduce ad una positiva conclusione del contratto. I restanti numeri restano in lavorazione e parte di essi vengono quindi ricontattati nei giorni successivi.

Il RDO impone di verificare i numeri nei 15 giorni precedenti. Per questo motivo, all'interno di una tipica campagna di telemarketing, è assai verosimile che la maggior parte dei numeri debba essere riverificata una seconda volta, con la conseguente applicazione di ulteriori costi.

La media su un campione di campagne analizzate fornisce una percentuale di contatti chiusi nei primi 15 giorni, pari al 42%.

E' da ritenere che la necessità di velocizzare i termini di chiusura, possa indurre a richiamare i numeri con frequenza eccessiva in un periodo breve.

Un ulteriore fattore da considerare è la penetrazione del Data Base chiamato. In nessuna campagna di telemarketing viene normalmente contattato il 100% dei numeri in target: alcuni di questi non rispondono al telefono, altri numeri sono errati, fax ecc.

In alcuni casi tipici presi in considerazione, si è visto che una campagna 'penetra' il Data Base target per percentuali che oscillano tra il 70% e l'80%.

Nel calcolare il costo del RDO per ciascun contatto utile, non è sufficiente calcolare il costo della verifica del singolo nominativo. Infatti in questo caso su 100 contatti target, alla fine della campagna, saranno contattati solamente 70 nominativi.

Alla fine dei primi 15 giorni saranno 'chiusi' solamente 42 nominativi. 58 dovranno essere ulteriormente verificati.

Alla fine del mese:

- saranno stati verificati $100 + 58 = 158$ nominativi
- saranno stati contattati 70 nominativi

In questo caso, il costo del RDO per ciascun contatto utile sarà il 226% del costo della verifica del singolo contatto.

Incidenza sui costi delle campagne di telemarketing



Contatti utili/anno	100.000	1.000.000	5.000.000	20.000.000
Costo a contatto utile	€ 1	€ 1	€ 1	€ 1
Numero ct. verificati/anno	225.714	2.257.143	11.285.714	45.142.857
Costo lordo verifica	€ 6.795	€ 55.000	€ 182.000	€ 490.000
Incremento di costo	7%	6%	4%	2%

Con una redditività media dell'attività di telemarketing del 10%, nei casi evidenziati, il registro delle opposizioni assorbirebbe tra il 20% e il 60% della marginalità delle campagne.

www.xlworld.eu

11

Tenendo presenti le considerazioni della slide precedente, è possibile calcolare l'incidenza del RDO sul costo a contatto, su diversi casi annui.

Si ipotizzi che il costo medio di un contatto sia di 1 € (costo senza l'onere del RDO). Questo costo ovviamente può variare in funzione della durata delle chiamate, dal numero di chiamate effettuate per ciascun contatto, dalla reperibilità, ecc.

In funzione del numero di contatti utili effettuati in 1 anno da un operatore, viene calcolato il costo della verifica.

Esempio: Un call center di medie dimensioni può effettuare un numero di contatti utili nel range tra 1.000.000 e 5.000.000.

Assumendo la marginalità media di un call center outbound intorno al 10%, il registro delle opposizioni porterebbe ad una riduzione dei margini dei call center tra il 40% e il 60%

Business Plan FUB



➤ Costi della Fondazione Ugo Bordoni

✓ <http://www.gazzettaufficiale.biz/atti/2011/20110035/11A01259.htm>

Costi di realizzazione

Progettazione	€	257.000
Sviluppo	€	586.000
Contact Center	€	50.000
Amministrazione	€	128.000
TOTALE	€	1.021.000

Costi di gestione 2011

Gestione e Manutenzione	€	957.000
Housing	€	100.000
Contact Center	€	1.083.000
Amministrazione	€	469.000
TOTALE	€	2.609.000

Campagna Informativa € **300.000**

Totale 2011 € **3.930.000**

Costo massimo nominativo	0,03
Costo minimo nominativo	0,0098
Costo medio nominativo	0,0199

Nominativi stimati nel 2011

Al costo medio **197.487.437**

La Gazzetta Ufficiale ha pubblicato i costi che la Fondazione Ugo Bordoni intende sostenere nel 2011 per la gestione del Registro delle Opposizioni.

Costo di processo



- **Adattamento software per esclusione numeri da campagne in corso**
- **La pianificazione delle campagne avviene mensilmente**
 - ✓ La verifica quindicinale pone un problema di pianificazione e organizzazione
- **Tempi difficilmente gestibili per l'implementazione entro l'1/2/2011**
- **Costo non quantificabile a priori e dipendente dall'organizzazione**

Finora sono stati affrontati i costi diretti del registro delle opposizioni.

A questi costi vanno aggiunti quelli IT e di processo, più difficilmente quantificabili e dipendenti da ogni singola azienda.

Le aziende devono infatti adattare i propri sistemi e la propria organizzazione per adeguarsi alla nuova normativa.

Il Registro delle Opposizioni è stato attivato l'11/1/2011 e le aziende sono tenute a conformarsi alle nuove regole entro l'1/2/2011. Un tempo probabilmente non coerente con gli impatti tecnici, organizzativi e finanziari richiesti.