

# **ETIK & MORAL I TM AMNESTY**

# INTRODUKTION

Amnesty International Danmark (AIDA) har tre afdelinger, der beskæftiger sig med telemarketing (tm). Afdelingerne består af ca. 100 phonere, ni supervisorer, en administrator og en projektleder. Phonerne ringer både til medlemmer og ikke-medlemmer af AIDA med forskellige formål. For alle opkald gælder, at vi lægger vægt på at skabe en personlig relation og at udvise tilpas ydmyghed for personen og dennes ønsker i forbindelse med det opkald vi har foretaget.

Overordnet arbejdes der efter devisen, at det at støtte Amnesty International skal være lystbetonet. Sagerne er sjældent særligt positive, men det at have lysten til at hjælpe er meget positivt. Vi ønsker derfor at møde folk med positivitet og alvor.

Det stiller store krav til vores phonere, som sidder med kontakten. Det er phoneren som skal have overskuddet. Vi er af den opfattelse, at det vi ønsker og forventer at phoneren udviser i telefonen, skal være udtrykt i kulturen i afdelingen. Det er positiv, seriøs og respektfuld kommunikation.

# ETIK OG MORAL

Vi arbejder på at skabe de bedst mulige resultater for menneskerettigheder, kombineret med et skarpt hensyn til etik og moral. Derfor er gode kommunikationstekniker samt etik og moral grundlæggende byggesten i AIDA's tm afdeling.

Vi opfatter etik som de teoretiserede og kommunikerede holdninger og retningslinjer til skik og brug i telemarketing, og moral som den praktiserede handling.

Ved oplæringen af den enkelte phoner lægger vi vægt på, at phoneren er bevidst om AIDA's etiske retningslinjer, Isobros etiske retningslinjer for telemarketing samt tm afdelingens egen holdning og tilgang til etik og moral.

Vi benytter os af følgende materialer og redskaber i arbejdet med etik og moral:

- ***Bogen om “Etik & Moral i TM Amnesty”***
  - udleveres til alle i tm og ikke mindst den nyansatte phoner
- ***Isobros etiske retningslinjer***
- ***Tæt samarbejde med medlemservice***
  - idet medlemservice kontaktes af folk som tm evt. har været i kontakt med.
- ***Synlig info om Amnestys værdier***
  - phonerne skal være bevidste om husets værdigrundlag
- ***Synlige og tilgængelige materialer vedr. lovgivning omkring telemarketing***
  - phoneren skal være klædt behørigt på til opgaven
- ***Kvartårligt anonymt survey blandt phonerne vedr. etik og moral***
  - for at skabe fokus og tage en temperatur på afdelingens etiske og moralske niveau. Samt at skabe løbende debat med phonerne om etik og moral

Desuden er der løbende fokus på etik og moral gennem hele phonerens ansættelse. Emnet viser sig i mange forskellige sammenhænge, og der er ofte brug for, at vi tager stilling til, om et nyt tiltag er etisk forsvarligt, eller om en udført handling var moralsk i orden.

## SEGMENTER I AIDA TM

### **Kanvas**

Vi kontakter personer, som ikke har nogen relation til AIDA på forhånd. Vi ringer med henblik på at oprette et medlemskab samt informere om AIDA. Denne form for telemarketing er særligt udfordrende, fordi phoneren skal skabe en relation på ganske kort tid med udgangspunkt i, at der ikke er nogen relation. Her har vi et særligt behov for at arbejde med phonerens moral, da den kan blive sat på prøve. Feks i mødet med folk, som ytrer ubehag ved kontakten, eller pga. mange afslag og en del ventetid. Det gør vi ved konstant at være opmærksom på og tale om udfordringerne, både i plenum og individuelt. Samt at vi er bevidste om, at den enkelte phoner har individuelle oplevelser og behov.

### **Leads**

Vi kontakter personer, som allerede har en relation til Amnesty, men som ikke er medlemmer. De kan f.eks. have mødt os i forbindelse med en underskriftsindsamling. Ved denne type kontakt klæder vi phoneren på til at kunne tale med personen om det, som personen har deltaget i. Opkaldet er på mange punkter lig kanvas-opkaldet, men personer i segmentet har som regel en åben og positiv indstilling over for Amnesty på forhånd. Det giver en lettere kontakt og nemmere relation.

## Opgraderinger

Der ringes til eksisterende medlemmer for at styrke disses kendskab og loyalitet til AIDA. Desuden spørger vi om medlemmet vil forhøje sin månedlige støtte. Vi lægger vægt på medlemmets tilhørsforhold og spørger bl.a. ind til hvad, der fik personen til at melde sig ind. Vi gør også opmærksom på betydningen af personens medlemskab.

Det er vigtigt, at medlemmet kan mærke, at vi værdsætter dets medlemskab. Vi bestræber os på at kunne servicere alle tænkelige medlemsønsker i forbindelse med opkaldet, også evt. udmeldelse, selvom det ikke er formålet.

## Lapsed

Her ringer vi til forskellige segmenter af tidligere medlemmer, som af ukendte årsager ikke længere er medlem. Her arbejder vi med en fin balance mellem at undersøge og respektere årsagen til udmeldelsen, og at tilbyde en genoprettelse af medlemskabet.

Vi efterstræber, at phoneren kender så mange forhold om medlemmet som muligt. Dermed har phoneren de bedst mulige forudsætninger for at matche medlemmets behov.

## Afmeldte

Medlemmer vis betaling falder fra, kontakter vi hurtigst muligt, med henblik på at gøre opmærksom på frafaldet. Derefter gør vi opmærksom på betydningen af støtten til AIDA med henblik på genoprettelse støtten.

# ANSÆTTELSE AF NYE PHONERE

## Jobsamtaler

AIDA TM ansætter selv phonere.

Jobsamtalerne foregår i grupper og er inddelt i to moduler.

### Modul 1.

Info om Amnesty, om jobbet, om teamet og om telemarketingteknikker herunder etik og moral.

### Modul 2.

Ud fra et script forbereder ansøgeren sig på at gennemføre et opkald for enten at hverve et nyt medlem eller opgradere et eksisterende medlem. Opkaldet foregår til den pågældende supervisor som afholder samtalen, og er altså en fiktiv samtale. Opkaldet foregår i enrum og gennem telefon. Supervisoren ”spiller” et potentielt emne og får herved en unik mulighed for at lytte og afprøve ansøgeren i forskellige situationer.

Ved den fremgangsmåde har den nyansatte phoner tilmed gennemført et opkald og har derfor en god fornemmelse for hvilke udfordringer, der venter i jobbet som phoner, samt en erfaring og forståelse for de teknikker, der undervises i ved intro forløbet.

Alle ansøgere gennemgår denne proces.

### **Phoneren og phonerens opgave i centrum**

En vigtig opgave for supervisoren og for phoneren er at holde TM lokalet ”rent” for utilfredsheder. Supervisorens opgave er at tage fat i negative holdninger, når de opstår og afhjælpe problemet. Det er for at undgå, at det smitter det øvrige team og dermed sendes med ud gennem telefonen. Vi gør meget ud af at arbejde med den gode stemning og energi, da det er den måde, vi ønsker at møde potentielle og eksisterende medlemmer på. For at kunne holde den stemning arbejder vi konstant på, at skabe rum for den enkelte phoners kritik, utilfredshed, frustration og andet, som påvirker phoneren i negativ retning. Der skal aldrig lægges låg på phonerens ønsker, tanker, frustrationer og andet, men det er meget vigtigt, at supervisoren, som har overblikket, sørger for at styre, hvornår og i hvilke sammenhænge de personlige ytringer kommer frem. Phoneren har et stort ansvar i denne sammenhæng.

## **PHONER UDDANNELSE**

Phoner uddannelsen foregår på to niveauer.

### **1.**

#### **Amnesty International oplæring**

Vi underviser i AI's historie, opbygning og arbejde. Phoneren indføres dels i de traditionelle arbejdsområder og dels i aktuelle sager. Phoneren modtager et kompendium og et medlemsblad til gennemlæsning inden første vagt.

#### **Telemarketings oplæring**

Phoneren har ved jobsamtalen gennemført sit første opkald. Vi gennemgår formålet med telemarketingarbejdet, og vi træner scriptet igennem. Vi lægger meget vægt på, at vi taler med ganske almindelige mennesker, og at interesse og respekt for den anden er grundelementer for den gode samtale. Et medlemskab af Amnesty skal bero på lyst. Vi træner i “at møde folk i øjenhøjde” ved at lade to og to tale om helt almindelige personlige hverdagsemner. Scripts er et hjælperedskab til den nye phoner. Når phoneren er oplært lægger denne scriptet til side for at rette opmærksomheden mod samtalen med personen i den anden ende.

Vi debatterer etik og moral og vi lægger vægt på at det er vigtigt altid at være venlig og imødekommende, ligesom vi lægger vægt på, at phoneren kan håndtere modstand og evt. ubehageligheder på en måde, så det hverken falder tilbage på kontakten eller ud i den øvrige phonergruppe. Vi gør opmærksom på supervisors rolle i denne sammenhæng. Vi gør opmærksom på, at phonerens troværdighed er vigtig, bl.a. ved at vi gennemgår og udleverer Isobros Ethiske Retningslinier for telemarketing.

Som afslutning inviterer vi en erfaren phoner ind til telemarketingintroen. Denne fortæller om jobbet og om sammenholdet, og de nye kan stille spørgsmål og om hvad en phoner oplever over telefonen.

Ved første vagt starter den nye phoner op ved at lytte med på en erfaren phoner. Den erfarne phoner fungerer som den nyes mentor på den første dag, dels fagligt og teknisk, dels socialt.

Ved de første 3 vagter vurderer vi phonerens evner i telefonen, bl.a. ved at supervisoren gennemfører en lytning på phonerens anden vagt. På tredje vagt tager vi en samtale med phoneren med henblik på det videre forløb.

Generelt gør vi en stor indsats for, at den nye phoner føler sig velkommen og godt tilpas ved opstarten, samt

at vedkommende føler sig værdsat og fornemmer, at den nye funktion har stor værdi for Amnesty International og for mennesker i knibe rundt i verden. Filosofien bag at skabe følelse af personlig værdi er, at det giver phoneren overskud, vilje og mulighed for selv at kunne udstråle det positive budskab vi i AIDA tm ønsker at formidle, nemlig at der er god grund til at hjælpe andre mennesker i knibe, hvis man har lyst og mulighed.

### **Hvilke svar phonerne instrueres i at give**

Ved introen og løbende gennem ansættelsesforholdet instruerer vi phoneren i, at troværdighed og gennemsigtighed har central og fundamental betydning for AIDA's tm kommunikation. Fortæl altid hvordan tingene forholder sig, også hvis det ikke er til phonerens umiddelbare fordel. Vi tror på, at åbenhed og ærlighed om alle forhold er den bedste vej til tilfredse medlemmer, og at alle mennesker er bedst tjent med at kende sandheden og derfra selv at kunne vælge. Vi ønsker under ingen omstændigheder, at melde folk ind i organisationen på baggrund af urigtige oplysninger.

Hvis phoneren bliver spurgt, skal phoneren oplyse at jobbet er lønnet med timeløn, og at det på ingen måde er frivilligt, og at det ikke er omfattet af nogen form for bonus.

## 2.

### Videreuddannelse

Phonerne videreuddannes gennem hele ansættelsesforløbet. Dels fagligt, i både nye og gamle sager, og dels i telemarketingteknik ved oplæg fra supervisorerne. Phonerne opdateres jævnligt omkring, hvad der sker i Amnesty, og hvilke menneskerettighedssager vi arbejder for. Til det bruger vi de forskellige fagfolk i huset. Foredragene holdes derfor ofte af den person som arbejder med sagen til hverdag. Det giver en unik mulighed for at stille specifikke spørgsmål til de ofte komplicerede sager.

## UØNSKEDE OPKALD

Al kommunikation som går ind i huset vedr. telemarketing, lander hos medlemsservice. De fordeler ønsker og klager til de respektive afdelinger. Der kommer typisk to typer henvendelser til tm.

**1: ”Jeg ønsker ikke længere at blive kontaktet, tag mig af jeres liste”.**

De personer tager medlemsservice af opkaldslisterne, og vi kvitterer med en venlig oplysning.

**2: ”Jeg er utilfreds og ønsker på den baggrund ikke at blive kontaktet igen”.**

Disse sendes videre til projektleder for tm, som i samarbejde med tm administrator svarer venligt og reflekteret på alle henvendelser. Og vi tager personen af opkaldslisterne.

## TAVSHEDSPLIGT

Uddrag fra phoner kontrakt:

### 10. Tavshedspligt

Medarbejderen har tavshedspligt i alle sager, der er af strategisk betydning for Amnesty International og/eller sager, der er omfattet af Persondataloven. Denne tavshedspligt er også gældende efter ansættelsesforholdets ophør.

Når medarbejderen fratræder sin stilling, uanset af hvilken årsag, skal materiale, der tilhører arbejdsgiveren, og som er i medarbejderens besiddelse, afleveres til arbejdsgiveren. Der kan ikke udøves tilbageholdelsesret i noget materiale tilhørende arbejdsgiveren.

## DATABESKYTTELSE

Hvad angår den interne instruks i Amnesty International vedr. databeskyttelse, henvises først og fremmest til Amnesty International Dansk afdelings IT-Sikkerhedspolitik. Denne politik fastlægger rammerne for brugen af IT og behandling af data, og der findes ligeledes et afsnit i Amnestys Personalehåndbog vedr. Datasikkerhed.

Alle medarbejdere forventes at kende denne politik, der også beskriver ansvarsfordelingen for IT-Sikkerhedspolitikken på de enkelte områder.

Gældende lovgivning - herunder Persondataloven og Indsamlingsloven fastsætter i fællesskab en række normer og standarder, som Amnesty følger nøje i forhold til behandling af især personfølsomme data. I forbindelse med vores Telemarketing- og CRM-systemer følger Amnesty både Persondatalovens regler og anbefalinger herunder kryptering ved overførsel af data, log-on, opbevaring og registrering af data, samt makulering osv..

På Amnesty's hjemmeside: <http://www.amnesty.dk/side/persondatapolitik> findes en artikel om vores Persondatapolitik. Her kan medlemmer og interessenter læse om de tanker, der ligger bag vores retningsregler for behandling af personoplysninger givet via nettet.



© Amnesty International Dansk Afdeling

1. udgave oktober 2011

Tekst: Mads Riishede, projektleder Telemarketing

Layout: Michala C. Bendixen

Forsidegrafik: Jakob Helmer

Tryk: Frederiksberg Bogtrykkeri