

WHITEPAPER #1 ———

Slim bellen begint met respect

Een stappenplan voor succesvolle en
conforme telemarketing met inzichten van
Do Not Call Me VZW

Inleiding

Telemarketing (her)leeft. In een tijdperk van digitale overprikkeling blijkt een persoonlijk telefoongesprek nog steeds één van de meest effectieve manieren om beslissingsnemers écht te bereiken. Bovendien blijft een telefoongesprek beter hangen. Prospects die eerst een call krijgen, reageren bijna twee keer zo vaak op opvolgmails en onthouden je bedrijf beter.

Alleen: succes komt niet langer uit volume, maar uit **vertrouwen**.

Do Not Call Me VZW zet zich sinds haar ontstaan in om dat vertrouwen te beschermen. Niet door telemarketing te beperken, maar door het te **professionaliseren**.

Deze whitepaper biedt bedrijven een concreet, praktisch en conform stappenplan om hun belcampagnes te versterken — met respect voor de wetgeving, de prospect of klant en het eigen merk.

De bedrijven die de Bel-Me-Niet-Meer lijst respecteren, zijn de slimste, zeker als het aankomt op respect voor de consument en de ROI van hun campagnes

 **Burt Riské** — Managing Director Do Not Call Me VZW

De nieuwe realiteit van telemarketing

Van kwantiteit naar kwaliteit

De tijd van massale cold calls is voorbij. Bedrijven die willekeurig bellen, verliezen meer dan ze winnen: tijd, geld, klanten, reputatie en vertrouwen.

Consumenten verwachten vandaag relevantie, transparantie én respect voor hun keuze om niet gebeld te worden.

De **Bel-Me-Niet-Meer lijst** is geen obstakel in dat proces, integendeel, het biedt een **toegevoegde waarde**: een **kwaliteitsfilter**. De lijst helpt ondernemingen om enkel klanten of prospects te bereiken die openstaan voor contact.

De context in cijfers

- Elke maand starten 3 à 5 bedrijven met telemarketing
- Er staan 1,5 miljoen inschrijvingen op de Bel-Me-Niet-Meer lijst, een mix van consumenten en bedrijven
- Het aantal klachten over ongewenste telefoontjes is van een piek in 2023, gehalveerd in 2024 en begin 2025 zette deze tendens zich voort.

Nieuwe telemarketing bedrijven (maandelijks)



Bel-Me-Niet-Meer lijst inschrijvingen



Klachten over ongewenste telefoontjes



* Op het moment van publicatie van deze whitepaper, waren er nog geen volledige cijfers van 2025 uitgegeven door de FOD Economie

Het 6-stappenplan naar telemarketing met impact

Stap 1 — Begin bij je doelgroep, niet bij je database

Een goed gesprek begint met de juiste persoon. Definieer wie je wil bereiken, op welk moment je deze beslissingsnemer het beste kan bereiken, wat je pitch is en welke oplossing je aanreikt.

Telemarketing werkt het best wanneer het wordt ingezet als onderdeel van een geïntegreerde marketingmix — niet als losstaande actie.

 Burt Riské — Managing Director Do Not Call Me VZW

Stap 2 — Een goede database opbouwen, mét de DNCM-lijst

Nog te vaak wordt de Bel-Me-Niet-Meer lijst gezien als een administratieve verplichting. In werkelijkheid is het een strategische filter.

Door enkel te bellen naar wie openstaat voor contact, bespaar je operationele tijd, voorkom je klachten en versterk je je merkimago.

Elke dag wordt er een update online gezet van de Bel-Me-Niet-Meer lijst. Het is dus belangrijk om op regelmatige basis je hele database te controleren.

DNCM VZW biedt licentiehouders verschillende manieren om snel en efficiënt de checks op de Bel-Me-Niet-Meer lijst in hun workflow uit te voeren, via een SFTP-verbinding of een API-integratie met het CRM-systeem.

Stap 3 — Train je team op ethische gespreksvoering

Succesvolle telemarketing draait niet om scripts, maar om empathie en luisteren.

Medewerkers die dat begrijpen en toepassen

in het gesprek, maken het verschil tussen een irritante call en een waardevol gesprek.

Geef je team de nodige tools, databases, FAQs... geef hen trefwoordenregisters om relevant te kunnen converseren.

En train je team om écht te luisteren: leer ze timing en toon feilloos aan te voelen, ga niet in de tegenaanval bij een bezwaar, maar speel er constructief op in. Stel open vragen en ga dieper in op tegenargumenten, zonder te willen overtuigen van het tegendeel.

Stap 4 — Gebruik technologie om respect te automatiseren

De combinatie van CRM-systemen en lijstintegratie zorgt ervoor dat compliance geen manuele taak meer is.

Met moderne tools kunnen bedrijven automatisch:

- controleren of een nummer op de Bel-Me-Niet-Meer lijst staat,
- documenteren wanneer iemand toestemming gaf om gebeld te worden
- documenteren wanneer iemand zijn recht van verzet heeft ingeroepen tijdens een gesprek,
- up-to-date blijven bij elke wijziging in de regelgeving.

Door de database kwalitatief te beheren, realiseer je een win-win voor rendement en reputatie.



Stap 5 — Meet wat telt

Veel bedrijven meten telemarketing nog steeds op basis van het aantal oproepen.

De nieuwe standaard is kwaliteit per contact:

- Hoeveel gesprekken leidden tot conversie?
- Hoeveel positieve follow-ups volgden er?



5% tot 15% van de gesprekken leidt tot onmiddellijke afspraken, afhankelijk van de sector. De rest legt vaak de basis voor samenwerkingen die binnen 24 maanden alsnog converteren — goed voor een tweede golf aan omzet.

 **Mathias Van Rietvelde, Co-founder Victus Sales**

Wat je meet, bepaalt wat je waardeert en maakt ook dat je campagnes schaalbaar zijn in functie van je budget.

Stap 6 — Bouw feedback in en blijf luisteren

Klachten zijn geen probleem — ze zijn een kans tot verbetering. Een duidelijk klachtenproces, gekoppeld aan transparante communicatie over opt-outs, versterkt de geloofwaardigheid van de organisatie, niet alleen voor je klanten maar ook voor je medewerkers.

Elk respectvol gesprek is een investering in vertrouwen — zelfs als het vandaag nog geen 'ja' oplevert.

De rol van Do Not Call Me VZW

DNMCM VZW staat centraal in het ecosysteem van ethische telemarketing. Ze:

- beheert de licenties op de Bel-Me-Niet-Meer lijst,
- ondersteunt bedrijven met praktische tools,
- creëert dialoog tussen de sector, overheid en abonnee

De inzet: Een markt waarin telemarketing professioneel, relevant en verantwoord is.

Waarom dit werkt:

Bedrijven die dit stappenplan volgen, rapporteren:

- Een hogere conversieratio,
- eerlijkere gesprekken met een hogere klanttevredenheid,
- een duidelijker merkimago.

De sleutel? Niet méér bellen, maar beter bellen.

Telemarketing met respect is de enige telemarketing die toekomst heeft.

Thought leadership in actie

De toekomst van telemarketing ligt niet in nieuwe scripts of agressieve targets, maar in **een combinatie van respect, een duidelijk inzicht in de doelgroep, een up-to-date database, een goede pitch en getrainde medewerkers.**

Do Not Call Me VZW wil de sector tonen dat naleving, transparantie en respect geen beperkingen zijn — het zijn de bouwstenen van duurzame groei. Wie vandaag investeert in ethische telemarketing, investeert in vertrouwen. En vertrouwen is, meer dan ooit, de sterkste conversiekracht die er bestaat.

Bestel dus vandaag nog de lijst op dnmcm.be