

Possiblement el futur estigui en mans de joves emprenedors i creatius que sàpiguen veure en les noves tecnologies possibilitats de negoci i de millora de serveis tant per a les empreses com per a la societat. Joves com l'Albert Ollé Bartolomé, president de Difusió Telemarketing Grup (DTG), que ell mateix va crear l'any 1989. Durant aquests onze anys, la seva és una constant recerca de noves fórmules empresarials.

La trajectòria de l'Albert Ollé s'inicia en el camp de la venda domiciliària de llibres a terminis. Després d'aquesta presa de contacte amb la professió, va entrar a Edicions 62 com a agent de vendes per tot Catalunya. El seu caràcter inquiet i actiu es va posar de manifest en aquests inicis: **"La meua tasca consistia a anar d'un lloc a un altre visitant els clients. Aviat em vaig adonar que no podia fer visites i al mateix temps concertar entrevistes, així que vaig contractar dues secretàries que telefonaven i em portaven l'agenda. Com que duia telèfon mòbil al cotxe m'anaven informant dels contactes. L'agenda estava sempre plena i vaig necessitar posar més agents i operadors perquè jo no donava l'abast. Així es va crear la cèl·lula del que després seria DTG."** Però no tothom sap dur a terme una professió totalment dirigida a la venda d'un producte cultural: **"En aquesta feina cal ser un bon comunicador. La gent t'escolta i confia en tu si saps transmetre correctament la informació i amb convenciment. No he oblidat aquells anys com a agent de vendes i de fet no he deixat mai de sentir-me venedor."**

Haver creat una estructura i unes instal·lacions orientades a la venda de productes editorials representava una despesa important que no acabava d'estar suficientment aprofitada: **"Vam decidir reorientar-nos cap a altres sectors, com el de la banca, per dur a terme campanyes d'informació d'altres productes. Vam anar creixent i també va anar modificant-se la dinàmica de treball original. Ara continuem fent venda telefònica però menys. La gestió telefònica es divideix en un 70% de trucades rebudes i un 30% que s'emeten. D'aquesta última xifra només un 15% són dirigides a la venda. En aquest sentit nosaltres gestionem contactes -que l'any passat van ser més de 50 milions-, coordinem trucades, correu electrònic, trucades a gent que està consultant una pàgina web (web call back) i altres serveis nous."**

Així és com va néixer DTG, un gran grup integrat per més de 4000 persones estès per tot Espanya i per Portugal. Es compon de 14 delegacions i 8 plataformes telefòniques en punts estratègics de la Península. Des dels seus centres s'ofereix un servei específic a grans corporacions -bàsicament la banca i les telecomunicacions- que consisteix en la gestió de les trucades dels seus clients i a aportar-los la informació que necessitin: **"Nosaltres som un Contact Center, de fet som els centres d'atenció al client per via telefònica o electrònica. Tenim cura dels clients de les empreses i els informem de tot allò que vulguin saber."** Els serveis de DTG s'han anat ampliant. A més de la gestió de les trucades telefòniques ha aparegut un nou camp de gestió d'informació determinat per la creació d'Internet: **"Està adquirint una gran importància i en disposa moltíssima gent. Les consultes ja no són exclusivament telefòniques sinó que moltes per-**

sones volen rebre informació per aquest mitjà. Això ha fet que també estem encarregant-nos de la gestió de les informacions que es reben per correu electrònic així com de bases de dades d'empreses."

El telemàrqueting és un sector força nou que ha estat temptejat per moltes empreses que han volgut fer-s'hi un lloc però no és fàcil. DTG té la solidesa necessària per fer front a les oscil·lacions del mercat. La seva fortalesa queda patent quan l'Albert posa de relleu que **"DTG és l'última gran companyia independent de l'Estat espanyol i està a punt d'assumir el lideratge del sector."** També reconeix que un dels seus objectius és **"crear valor en el que faig i això implica continuar muntant empreses que s'emmarcaren en el sector de les telecomunicacions, editorial i d'altres, entre les quals hi ha 62 Difusió Editorial. La vaig crear conjuntament amb Edicions 62 i el meu germà Joan. També estem engegant un projecte d'internacionalització dins de DTG. El nostre pla estratègic preveu la possibilitat de crear aliances internacionals. Ara mateix estem a punt d'adquirir una empresa a Portugal. Aquesta sortida a l'exterior és resultat dels canvis que s'estan produint en el món i que ens fan parlar en termes de globalització ja que és una realitat a la qual ens hem d'anar acostumant. Les fusions i les adquisicions seran cada vegada més habituals i es crearan grans corporacions en tots els sectors."** Si bé aquest empresari català és el creador d'aquest gran grup, té al seu costat col·laboradors interns i externs que l'assessoren i l'ajuden a portar endavant els seus projectes: **"Considero que un aspecte molt important per a una empresa és que els seus directius s'impliquin en tot allò que fan. Com a president del grup jo els dono autonomia però vull que ells aportin coneixements i experiència i que vegin el projecte com a quelcom propi."**

Precisament dins del camp de la gestió empresarial adquireix una gran importància el Consell d'Administració: **"Crec que és una figura molt important en una empresa i en la nostra és vital. Els consellers són independents i si el grup està ben configurat t'aporten molta informació i assessorament bàsic per tirar endavant els projectes."** L'empresari, per tant, no deixa d'estar sol al davant de la companyia que dirigeix. L'actuació del Consell d'Administració esdevé un element de suport de cara a la gestió: **"El Consell de l'empresa per a nosaltres és el màxim òrgan de govern, i és important mantenir un bon equilibri entre els consellers perquè puguin ser complementaris entre ells i els seus consells puguin ser el més enriquidor possible per a la empresa. El meu germà, Joan, és una altra figura molt important dins d'aquest entramat en el qual sap compaginar dues facetes no sempre fàcils, la de conseller i la de germà. Entre tots intentem consensuar les decisions per dur a terme la millor gestió."** L'Albert Ollé viu amb passió la faceta empresarial que s'ha anat forjant amb els anys, una faceta que combina amb la de pare de família. Casat amb Lluïsa i pare d'Alexandra i Clàudia, ens confessa que **"em faria il·lusió que les meves filles també se sentissin atretes pel món de l'empresa. De totes maneres, són elles les qui han de decidir el seu futur."**

**“Les fusions i les
adquisicions seran cada
vegada més habituals”**



Albert Ollé - Barcelona (Barcelonès)