



By: [Simone Cesaroni](#) - All Rights Reserved

Nella mattinata di oggi l'Azienda ci ha illustrato l'iniziativa denominata "CONTEST - Porta un cliente trovi un tesoro", la cui finalità è premiare l'acquisizione di nuova clientela e la "riattivazione" di clientela esistente ma, appunto, inattiva da almeno 6 mesi, e relativa raccolta, nell'ambito Private/Family Office.

I premi saranno differenziati in base agli obiettivi raggiunti per l'attività suddetta nel periodo dei prossimi mesi. L'entità dei premi è stabilita in 3 fasce: 300€, per 1 nuovo NDC che apporta volumi di raccolta complessiva netta da € 500.000 a € 1.000.000; 500€, per 1 nuovo NDC che apporta volumi di raccolta complessiva netta da € 1.000.000 a € 5.000.000; 800€ per 1 nuovo NDC che apporta volumi di raccolta complessiva netta superiori a € 5.000.000; dove per "nuovo NDC" si intenderà sia un NDC nuovo, che un NDC "riattivato" dopo almeno 6 mesi.

L'iniziativa è rivolta ai Centri PMI, Centri Enti, Grandi Gruppi, Società di Servizi (Capital Services e Leasing&Factoring).

Sintetizzando, l'intendimento aziendale è quello di premiare il particolare impegno che i colleghi di queste strutture esprimeranno in tale attività.

Per ulteriori dettagli riguardo tale materia si rimanda alla circolare aziendale, di prossima emanazione.

Le riflessioni e le conseguenti perplessità che abbiamo espresso durante l'incontro riguardano diversi aspetti. Il primo è che il problema centrale inerente il comparto Private è la fuoriuscita dall'ambito aziendale di ampi volumi di raccolta; questa, lo ricordiamo, è la conseguenza di ciò che le OOSS già a tempo debito avevano valutato quantomeno rischioso e poco lungimirante per l'attività della Banca: non era difficile intuire e prevedere, infatti, che la formazione di un comparto Private avrebbe creato rapporti più slegati dalle Filiali e quindi meno fidelizzati; riservare incentivi corposi a chi gestisce rapporti con clientela Private, si è dimostrato essere una strategia non vincente. Se, infatti, ci rendiamo perfettamente conto che alcune logiche sono legate all'andamento del mercato, d'altra parte non possiamo non evidenziare che un gioco continuo "al rialzo" per cercare di non far interrompere il legame di fiducia tra dipendenti e Banca è impensabile nell'ottica del lungo periodo. Riteniamo, infatti, che l'unica vera spinta motivazionale per i colleghi sia l'attaccamento alla propria Azienda, che viene naturalmente quando esiste un clima di lavoro sereno e viene incentivata quando si sceglie di valorizzare la professionalità dei colleghi stessi. Ci chiediamo, e lo chiediamo anche all'Azienda, se non sia il caso, almeno ora, di ripensare ad un diverso Modello di Servizio, che riporti la clientela Private ad un legame maggiore con la struttura fondante della Banca, la Filiale.

In più, vista la difficoltà di fatto di mantenere il legame tra chi segue la clientela Private e la Banca stessa, come si pensa di concretizzare la volontà aziendale, espressa nel Piano Industriale, di acquisire dal mercato 100 Private Bankers?

Il secondo aspetto critico è che ancora una volta l'Azienda sceglie di portare avanti un meccanismo premiante rivolto solo ad un'esigua parte dei colleghi, e soltanto all'interno di alcune strutture. In più, non tiene conto del fatto che potenziali clienti Private potrebbero presentarsi nelle Filiali della Banca ed essere quindi accolti dai colleghi addetti in quelle strutture. Perché questi colleghi rimangono esclusi dalla possibilità di essere premiati?

Il terzo aspetto, più politico, è che la creazione di questo "premio" dimostra come non ci sia una visione prospettica a lungo termine da parte del Management attuale in grado di dare i giusti strumenti ai colleghi per creare e mantenere rapporti di fiducia con la clientela.

Ci chiediamo, quindi, ancora una volta: l'Azienda pensa davvero che portare avanti iniziative del tutto unilaterali, incentrate per di più sulla divisione dei colleghi, di cui il "Contest" è purtroppo soltanto l'ennesimo esempio, sia la giusta strategia per riportare all'adeguata redditività la Banca?

Siena, 8 aprile 2013

LA SEGRETERIA