



Il 1° giugno l'Azienda, come da nostra richiesta, alla presenza della funzione Commerciale di Capogruppo, ci ha illustrato il progetto sulla specializzazione del Modello di Servizio "Valore", che prevederà, così come già effettuato per il comparto "Protezione e Salute", la creazione di figure specializzate su "Risparmio" e "Impieghi".

Verranno individuati, anche attraverso percorsi formativi mirati, Addetti Valore specialisti all'interno di circa 340 Filiali, scelte applicando due criteri: numero clienti del segmento che stabilisce l'impegno commerciale e numero degli addetti della linea Valore (almeno quattro).

Lo scopo è quello di poterle coinvolgere durante le campagne commerciali del segmento, per effettuare contatti con la clientela Valore che, a partire dalle prossime campagne, sarà divisa in due segmenti commerciali:

- Valore Plus (ca il 10% dei clienti totali), ovvero tutti quei clienti che hanno raccolto maggiore di 50.000 Euro, con stabilità di raccolta media e continuativa negli ultimi 12 mesi, oppure con un reddito significativo pur non avendo una raccolta tipo;
- Valore Base continueranno ad essere individuati tutti gli altri clienti Valore.

Nelle Filiali dove saranno create le figure specialistiche saranno queste a contattare la clientela PLUS e se ritenuto opportuno dal titolare anche i BASE, mentre nelle altre sarà demandata al solo titolare l'organizzazione del contatto con i clienti individuati.

L'azienda ha escluso l'introduzione di reportistiche specifiche e di budget individuali, confermando l'attribuzione esclusiva di un budget di filiale.

La fase pilota del progetto si realizzerà fra luglio e agosto, con messa a terra definitiva nel mese di settembre.

Da parte nostra abbiamo espresso forti critiche su questo ulteriore intervento, in quanto riteniamo che:

- **i piani di marketing "specializzati" saranno un ulteriore motivo di pressioni commerciali sui colleghi della Rete,**
- **la Linea Valore sia già caricata di incombenze operative e commerciali, alle quali se ne aggiungeranno a breve di nuove, derivanti dalle riorganizzazioni dei Centri Enti e per la partenza del Consumer Finance,**
- **la formazione prevista per i colleghi destinatari del progetto difficilmente sarà adeguata all'iniziativa (lo verificheremo comunque in sede di confronto con la Commissione Formazione), Abbiamo altresì denunciato le difficoltà del segmento Linea Valore in termini di risorse e, a questo proposito, riteniamo che debba essere attivato il prima possibile lo scorrimento previsto negli accordi della graduatoria concorsuale per dare seguito alla seconda fase di assunzioni prevista a compensazione delle uscite per il Fondo di Solidarietà del 2020.**

Siena, 8 giugno 2021

LE SEGRETERIE