

In data 12 marzo 2026 l'Azienda ha presentato alle OO.SS. il progetto di **evoluzione del Servizio Clienti** in linea con i dettami del PMT.

Il Servizio Clienti subirà una trasformazione profonda non solo nelle numeriche degli occupati (si passerà in arco PMT da 200 a 350 risorse) ma anche nelle modalità organizzative ed operative.

Il Servizio Clienti non si occuperà più *“solo”* di assistenza tecnica ma diventerà un vero e proprio polo commerciale e di consulenza a distanza.

L'obiettivo è duplice ed estremamente sfidante, dapprima cambiare impostazione e metodologia di lavoro e in seconda parte colmare il gap con i principali competitor di mercato che già oggi effettuano vendite e consulenza approfondita online.

Attualmente l'operatore del Servizio Clienti è prevalentemente occupato in attività di assistenza (riceve telefonate/segnalazioni online da parte dei clienti e cerca di risolvere i problemi reinviandoli in filiale per le situazioni più complicate).

È altresì impegnato in attività legate ai lead mutui che giungono online dove effettua una scrematura e rimanda gli interessati direttamente alle filiali territorialmente competenti.

Nel 2025 presso il Servizio Clienti sono stati gestiti circa 1,5 mln di contatti (una media di 7.500 a testa) sicuramente una numerica enorme se riportata sugli operatori attuali che hanno dimostrato una eccellente professionalità alla luce dei buoni risultati ottenuti con IRC.

NUMERI ED OBIETTIVI DEL PROGETTO

- ORGANICI: Previsto il passaggio da 200 a 350 addetti (+150 risorse di cui 60 nel 2026 e 90 nel 2027).
- TECNOLOGIA: Cambio e rinnovamento della piattaforma informatica e introduzione di chatbot per il filtraggio delle richieste.
- VENDITA: Passaggio da campagne a *“freddo”* (contatto con clientela da elenchi di filiale) a campagne a *“caldo”* (contatto proattivo su clientela che ha manifestato interesse per prodotti);
- CHIAMATE PERSE: L'obiettivo è ridurre le *“chiamate perse”* andando in supporto alle filiali anche tramite nuova piattaforma tecnologica.
- MUTUI: Gestione remota integrale (dalla ricezione dei lead alla predisposizione dell'atto con passaggio del cliente in filiale solo per atto conclusivo).
- CANALE POE: intenzione di implementare il canale attraverso campagne di proposizione.

Per arrivare a questo risultato è PREVISTA UNA NUOVA ARCHITETTURA ORGANIZZATIVA con abbandono della vecchia struttura basata su 9 aree geografiche (sedi di Milano, Cesena, Rimini, Fano, S. Miniato, Firenze, La Spezia, Roma, Napoli) riunite in 3 unità organizzative (Centro > Nord, Adriatico, Centro Sud) con riorganizzazione in una vera e propria *FILIALE REMOTA* che differenzierà le risorse sulla base del ruolo svolto (*Assistenza*: 98 risorse – *Vendita*: 163 risorse – *Mutui* 74 risorse).

Sarà prevista anche la possibilità di dislocare le risorse presso filiali senza obbligatoriamente recarsi presso una delle sedi già oggi esistenti.

Stante la sovrapposizione del progetto Servizio Clienti con il progetto Cashless vi sarà una disponibilità per

eventuali GC che non dovessero permanere in rete **(su questo abbiamo espresso la necessità di non sguarnire ulteriormente la Rete ribadendo che i colleghi GC effettuano una serie di attività al servizio della filiale che l'azienda sembra non considerare).**

Per sostenere il processo di cambiamento verrà attivata una specifica campagna di formazione sia per i nuovi inserimenti che per chi già opera presso Servizio Clienti con il seguente obiettivo:

- Re - skilling (per nuovi che arrivano da filiali o uffici)
- Up - skilling (per chi vuole crescere e migliorarsi)
- Change management (rivolto a tutti i responsabili e figure organizzative).

OO.SS: ALCUNE OSSERVAZIONI

La **Fisac** con le altre Organizzazioni Sindacali intendono presidiare i seguenti nodi critici per garantire sostenibilità e giusti riconoscimenti professionali

- CARICHI DI LAVORO E SOSTENIBILITÀ: L'attuale media di 7.500 contatti annuali se si tengono in conto anche le normali assenze (malattie, 104, maternità, ecc...) sembra particolarmente sfidante. Con l'aumento della complessità il rischio di un eccessivo carico di lavoro è reale. Servono garanzie su una formazione tecnica strutturata e un reale supporto procedurale.
- TURNAZIONE: abbiamo segnalato che già oggi ci sono strutture che non operano su turni e si vedono modificato l'orario di lavoro standard senza riuscite a turnare. Abbiamo chiesto un approfondimento.
- IL NODO DEI "FUORI SEDE": Chi lavora per il Servizio Clienti restando fisicamente in filiale potrebbe vivere un cortocircuito logistico rischiando di essere impegnato in cuffia ma venire interpellato dai clienti in transito. Serve attenzione a predisporre strutture logistiche che possano garantire la giusta privacy ed evitare sovrapposizione delle mansioni.
- STRUTTURA PIATTA E INQUADRAMENTI: Il rapporto staff di direzione/operativi (da 10/200 a 15/350) è sbilanciato e lo sarà anche in futuro. Senza figure di supporto gestionale il potenziamento resta solo numerico e nega reali sbocchi di carriera. Il passaggio alla vendita proattiva ha un risvolto commerciale a cui vanno ragionati dei riconoscimenti di percorso professionale, non si fa "consulenza evoluta" con i vecchi inquadramenti della *banca telefonica*

L'evoluzione non si subisce, si governa!

Abbiamo chiesto di monitorare le successive fasi del piano chiedendo che la professionalità dei colleghi sia tutelata e valorizzata nel rispetto dei carichi di lavoro e conciliazione vita-lavoro.