



Photo by [burrows.nichole28](#) 

Nel piano di marketing di febbraio è scomparsa la centralità del cliente e anche la pagina dei punti di attenzione nei collocamenti presente nel piano di marketing di gennaio (pag. 53). Sarà un caso?

Sta di fatto che uno zelante dtm ha informato che il 20 febbraio il “vubiemme” (*value based management* *) per l’analisi dei dati al 17 febbraio (!) vedrà convocati, alla presenza di capoarea e dtm, anche i settoristi e i titolari meno performanti, lasciando intendere che non sarà una passeggiata per questi malcapitati.

E’ una iniziativa del capoarea Nello Foltran?

Ed è in sintonia con le indicazioni recentemente impartite negli incontri con tutti i titolari dal COO Nucci riguardo atteggiamenti e comportamenti? Non si direbbe.

A parte l’evidente incapacità di buona parte del management locale di:

- **tenere conto della situazione in cui si trova la banca (crisi reputazionale e crisi di fiducia, per intenderci)**
- **adottare una comunicazione efficace**
- **coinvolgere e motivare i collaboratori**
- **indicare le leve per realizzare gli obiettivi tenendo conto dei bisogni del cliente**
- **dare una mano quando serve**

Pensiamo che sia ora di finirla con le vessazioni aziendali che producono disaffezione e che sia il momento di tornare a fare “retention” oltre che con i clienti anche con i lavoratori che dovrebbero essere valorizzati e rispettati - come enunciato dai modelli gestionali sostenibili a medio e lungo termine - nel ruolo di “cliente interno” e non umiliati come prevedono discutibili modelli gestionali a brevissimo termine.

E’ una questione di buona gestione, buona reputazione e buon senso. E’ la necessità di avere una prospettiva che non sia un vicolo cieco.

E’ in corso una vertenza dell’intera categoria per tentare di arginare le pressioni commerciali: ciò nonostante l’azienda in questo territorio continua imperterrita ad organizzare il lavoro sulla spregiudicatezza delle politiche e la svalorizzazione delle professionalità. Noi non ci



stiamo, ma ci siamo per denunciare le storture e, per questa via, ricercare un modello nuovo di banca.

**** Il Value Based Management è una filosofia gestionale che privilegia la trasparenza attraverso la chiarezza degli obiettivi da massimizzare, una metodologia gestionale rigorosa, l'utilizzo di adeguati parametri di misurazione del valore e una precisa attribuzione delle responsabilità.***

**Milano, 06 febbraio 2017
- FIRST/CISL - FISAC/CGIL - UILC.A.**

LE SEGRETERIE FABI