

## Nuovi modelli organizzativi della Rete

- **Private Banking**
- **Progetto Prima Linea (di sportello)**

16 ottobre 2002

### PRIVATE BANKING

La delegazione Aziendale ci ha illustrato ieri il progetto complessivo inerente alla nuova struttura di Private Banking.

Il cardine di questo progetto Aziendale si basa sul concetto che "il cliente si serve dove vuole lui", riscoprendo l'antico buon senso che da sempre ha permeato le osservazioni sindacali su questo delicato aspetto commerciale.

Dopo aver individuato i cosiddetti "bacini" in conformità a masse critiche adeguate (almeno 100 clienti con AFI superiori ai 140 mln di euro), si apriranno nuovi punti operativi dedicati. Quando la filiale presenta almeno 50 clienti con AFI relative di 60 mln di euro si creerà un modulo Private accanto a quelli già presenti Transazionale, Privati e Poe.

Qualora non si individuino i parametri di "massa critica" in termini di clienti e AFI, i clienti Private saranno seguiti nelle filiali di radicamento e continueranno ad essere gestiti dal Direttore o dal relativo consulente "personalizzato" anche col supporto della Funzione centrale.

Le filiali Private dipenderanno dall'Area e i Moduli Private dal Direttore della filiale retail in cui sono originati.

Un primo dimensionamento del progetto Private Banking prevede:

	<b>Oggi</b>	<b>entro marzo 2003</b>	<b>in futuro</b>
<b>Punti private</b>	<b>16</b>	<b>69 (di cui circa 20 filiali private)</b>	<b>da definire</b>
<b>Consulenti</b>	<b>71</b>	<b>180/190</b>	
<b>Clienti/AFI gestite</b>	<b>26%</b>	<b>50% - 52%</b>	

Punto di forza del progetto è che la filiale rimane l'unico interlocutore privilegiato a presidio dell'interezza del mercato.

Le evidenze e le problematiche connesse al progetto sono:

- riflesso dei punti private sulle filiali dove il cliente mantiene il rapporto di conto,
- perplessità evidenti scaturiscono dalle necessità di figure specialistiche che seguano il cliente Private a tutto campo e non solo sul versante “finanziario” così come previsto attualmente,
- manca nel progetto l'individuazione di un responsabile Private di Area finalizzato ad attività di consulenza e coordinamento commerciale su questo specifico segmento.

**Consideriamo la risposta Aziendale sugli inquadramenti e sul sistema incentivante complessivamente insufficiente.**

## **PROGETTO PRIMA LINEA**

L'Azienda ha illustrato l'aggiornamento del progetto che è incentrato sulla valorizzazione della qualità di relazione degli addetti di sportello come “elemento distintivo” dell'Azienda.

Dopo aver condotto nei mesi scorsi una prima iniziativa di colloquio/intervista in particolare con i colleghi del modulo transazionale su un campione iniziale di nove filiali, l'Azienda ritiene che **anche** con un pieno e rinnovato coinvolgimento dei colleghi si possa: 1) incidere sulla diminuzione del tasso di abbandono della clientela, 2) “esplorarne” i bisogni e le necessità in prima battuta di quella non portafogliata, **con i soliti evidenti scopi di recuperare “redditività” durevole nel tempo.**

**Presidiare il segmento commerciale neo/battezzato “mass/market” per ridurre una emorragia scaturita da ben note e infelici, a dir poco, campagne Aziendali precedenti.**

L'organizzazione di filiale individua “nuove” figure di colleghi gestori di “prima linea” inseriti in specifici moduli di lavoro: si tratta dei colleghi senza portafoglio e degli attuali addetti al maneggio valori, con esclusione dei lavoratori addetti alle “attività comuni e di supporto”.

Gli interventi a supporto prevedono: la revisione della composizione dei portafogli, il supporto tecnologico indispensabile (nuove procedure e automazione) in parallelo alla diminuzione del supporto cartaceo (ancora a tutt'oggi esistente in filiale) e l'indirizzo dell'operatività a basso valore aggiunto sui canali telematici.



## Segreteria Centrale

La fase sperimentale coinvolge 5 filiali pilota (TO 523, Roma 5, Como, Sanremo, Cernusco sul Naviglio) prevedendo successivamente, dopo l'incontro con le OO.SS., una possibile estensione che interesserà particolarmente le filiali di tipo complesso con indicativamente almeno 15 colleghi.

La formazione per i colleghi coinvolti sarà caratterizzata da pacchetti specifici mirati sia alla conoscenza dei prodotti sia sul cambiamento "culturale" e "relazionale".

**Il tentativo Aziendale di recuperare quote di clientela "mass/market" coinvolgendo in modo diretto i colleghi di "prima linea di sportello", appare un obiettivo coerente ed in linea con le ricorrenti richieste sindacali sui temi del "gioco di squadra" e del necessario coinvolgimento di tutti i lavoratori nella ripartizione "equa" dei sistemi incentivanti.**

**Appare evidente, in presenza di una nuova segmentazione della clientela il ritardo di un progetto compiuto sui Piccoli Operatori Economici. Ritardo che non si concilia con la volontà della Banca di mantenere e sviluppare questa importante quota di mercato.**

**Tutto questo si inserisce in una ipotizzata revisione del modello organizzativo di filiale.**

**Un giudizio compiuto sul progetto non potrà comunque essere dato prima della conclusione della fase sperimentale e sulla trattativa successiva con l'Azienda che disciplinerà tutti gli ambiti contrattuali direttamente collegati a tale modello organizzativo.**