

# Incontro con le OO.SS.

Milano, 13 maggio 2014

# Indice del documento

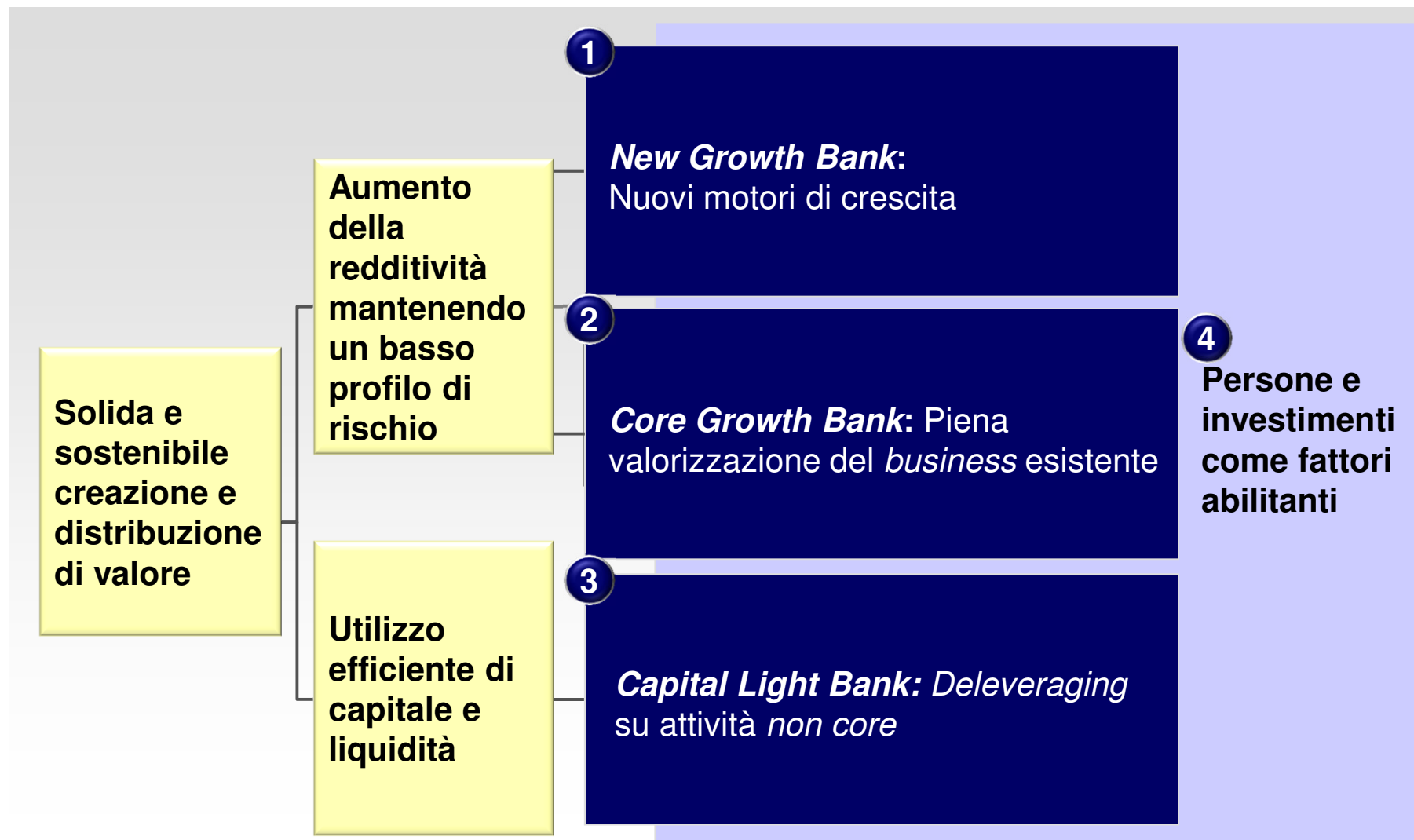
---

**Richiamo principali iniziative Piano d'Impresa**

**Nuovo modello di copertura territoriale Retail e Imprese**

# La nostra formula per il successo

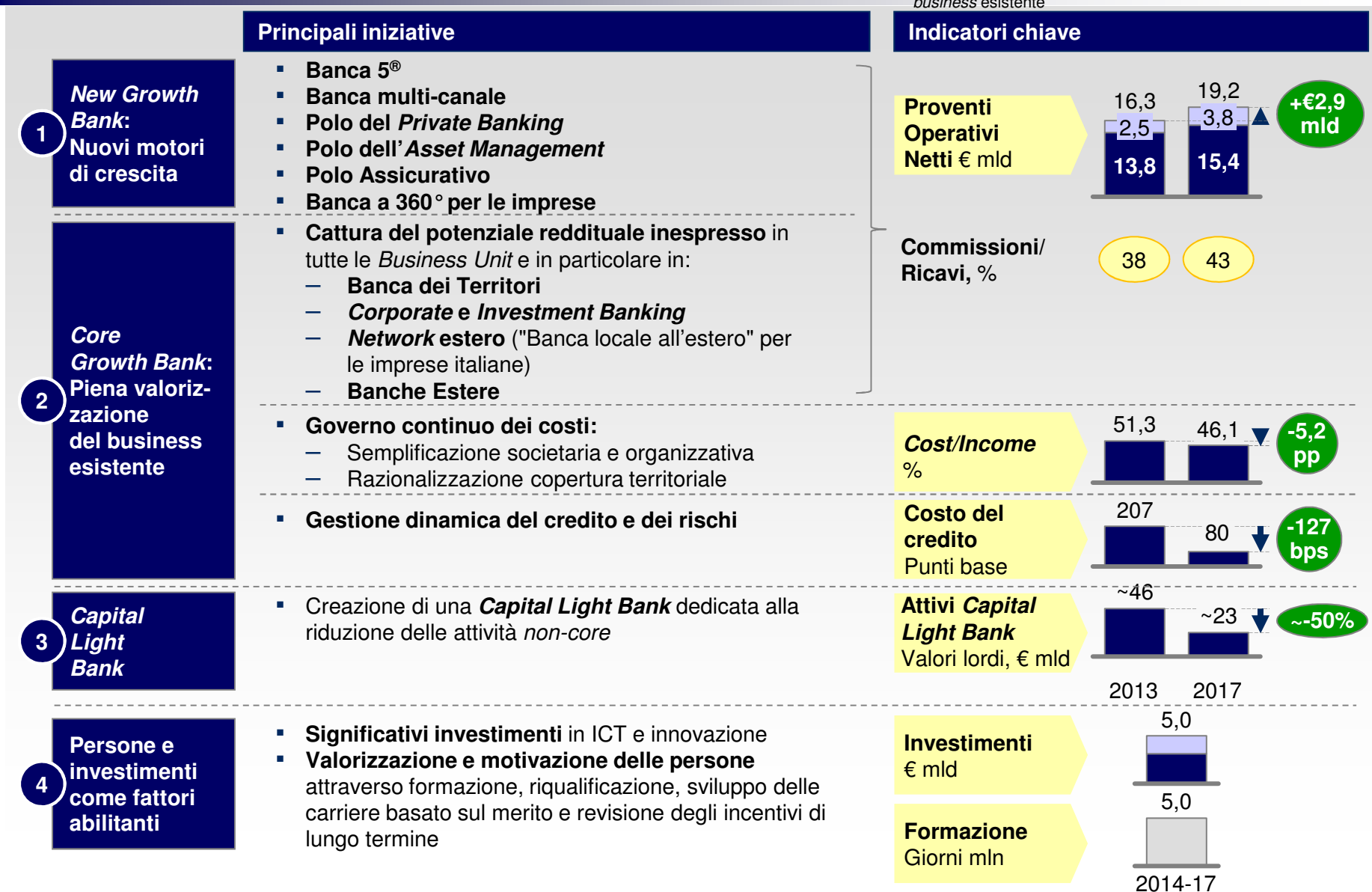
Piano d'Impresa  
2014-2017



# I pilastri del nostro Piano di Impresa: interventi mirati a massimizzare la creazione di valore

**Piano d'Impresa  
2014-2017**

- **New Growth Bank:** Nuovi motori crescita
- **Core Growth Bank:** Piena valorizzazione del business esistente



## Indice del documento

---

Richiamo principali iniziative Piano d'Impresa

**Nuovo modello di copertura territoriale Retail  
e Imprese**

# Modello evolutivo di copertura territoriale

## Modalità di funzionamento

### Filiali Retail

#### Filiale completa



- Modello di servizio completo per tutti i segmenti (Base, Famiglie, Personal, SB Micro)
- Attività transazionale:
  - Sportelli con operatore sempre aperti
  - Casse self assistite
  - ATM/MTA sempre presenti

#### Filiale semplice



- Modello di servizio completo per tutti i segmenti (Base, Famiglie, Personal, SB Micro)
- Attività transazionale:
  - Sportelli con operatore fino alle 13.00
  - ATM sempre presente e MTA presente in caso di alta operatività

#### Filiali 100x100 commerciali<sup>1</sup>



- Modello di servizio orientato principalmente per i segmenti Base e Famiglie
- Attività transazionale:
  - Assenza sportelli con operatore
  - MTA sempre presente

### Filiali Imprese



- Modello di servizio completo per tutta la Clientela Imprese e Small Business con «bisogni» da Imprese
- Attività transazionale presso Filiali Retail

<sup>1</sup> Filiali con autonomia contabile

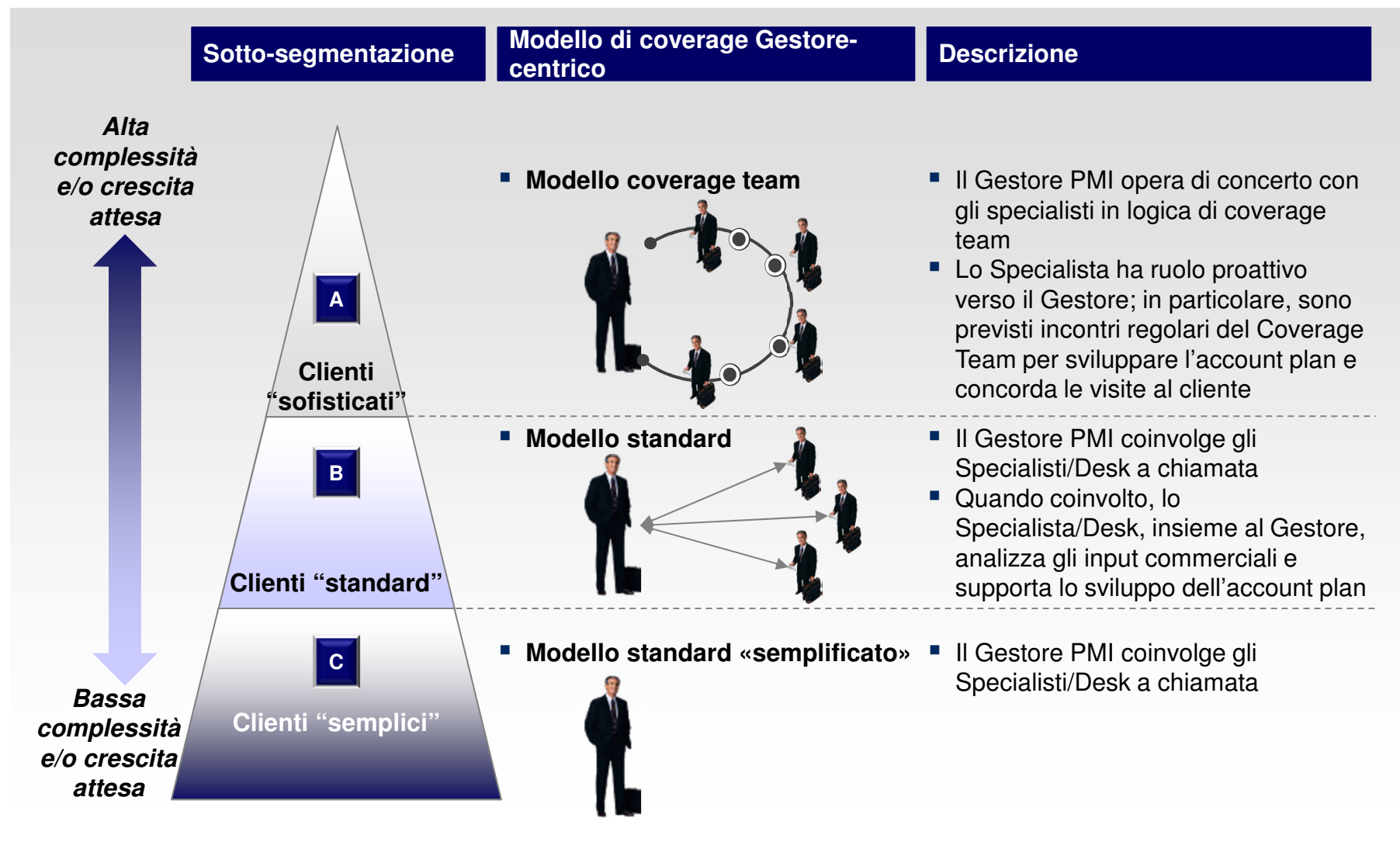
# Modello evolutivo della Filiale Retail

✓ Intensità

Attività	Focus	Clienti serviti				Figure
		Base	SB micro e professionisti	Famiglie	Personal e SB <sup>1</sup>	
Transazionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>Svolgimento delle operazioni di cassa</li> <li>Gestione parco ATM/MTA e cassa self assistita</li> <li>Indirizzamento dei Clienti al Gestore di riferimento</li> </ul>	← Tutti i Clienti →				<ul style="list-style-type: none"> <li>Ass. alla Clientela</li> </ul>
Accoglienza	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accoglienza Clienti</li> <li>Migrazione transazioni su ATM/MTA</li> <li>Cross-selling prodotti</li> <li>Indirizzamento dei Clienti al Gestore di riferimento</li> </ul>	← Tutti i Clienti →				<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestore Retail</li> </ul>
Sviluppo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppo su Clienti poco o mai contattati</li> </ul>	✓✓✓	✓✓	✓	✓	
Relazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relazione e consulenza su tutti i bisogni del Cliente</li> </ul>	✓	✓	✓✓	✓✓✓	
Coordinamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestione e regia della Filiale</li> <li>Coinvolgimento diretto sull'attività commerciale</li> <li>Coaching sulle risorse di Filiale</li> </ul>	-	-	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direttore di Filiale</li> <li>Altre figure di coord.</li> </ul>

<sup>1</sup> Solo parte di SB non assegnata alle Filiali Imprese (senza «bisogni» da Imprese)

# Modello evolutivo della Filiale Imprese





# Elementi di supporto al programma di trasformazione

A supporto del programma di trasformazione sono state identificate una serie di iniziative formative e un nuovo modello di servizio

## Elementi chiave

### Iniziative formative



### Nuovo modello di servizio

- Definizione di moduli formativi dedicati alle diverse risorse (Retail e Imprese) volte a:
  - Creare nuove competenze per poter consentire di svolgere appieno le nuove attività
  - Fornire un set di «attrezzi» per poter agire i comportamenti commerciali «migliori» a supporto delle nuove attività
- Definizione di un nuovo modello di servizio, sia per i Clienti Privati sia per i Clienti Imprese, per consentire di attuare il programma di trasformazione e servire al meglio le esigenze dei Clienti