



FEDERAZIONE
AUTONOMA
BANCARI
ITALIANI



UIL CREDITO ESATORIE
E ASSICURAZIONI

UNITÀ SINDACALE
FALCHI - SILCEA - SINPUS

PRESSIONI COMMERCIALI AI TEMPI DEL CORONAVIRUS

Vogliamo parlare di un “prototipo di capo” da prendere come parametro di riferimento avanzato (il famoso benchmark) della capacità di spinta commerciale, di coinvolgimento e di supporto ai colleghi, che contempera l’etica, le norme di Legge, i bisogni della clientela e la necessità di fare business, cogliendo le opportunità che offre il mercato.

Il nostro “prototipo” conduce colloqui via lync one to one con ogni gestore (ovviamente, nelle lync con più gestori collegati i toni sono molto più “morbidi”, contenuti e con maggiore attenzione alle parole, mentre i colloqui con i direttori di filiale sono al contrario spesso molto aggressivi e con toni abbastanza “pesanti”), utilizzando con metodo uno schema sperimentato.

Discorsetto introduttivo nel quale si sottolinea che, da quando è iniziato il lockdown, **“non stiamo facendo nulla”**: naturalmente si intende VENDERE. In quanto è considerato “no core”, perché ritenuto improduttivo, l’impegno che debbono affrontare i colleghi di filiale che, a ranghi ridotti e sotto pressione, passano le giornate al telefono fisso e cellulare e rispondono alle mail dei clienti per evadere richieste di ogni genere in relazione alla attuale situazione (ad es. lettere inoltrate centralmente sulle perdite delle Gestioni Patrimoniali, cassa integrazione, sospensioni e moratorie finanziamenti, iniziative Stato/Banca volte all’immettere liquidità ed evitare una pesantissima recessione, ecc.).

Ma tutto ciò non esiste, ai “capi” servono i risultati per il Conto economico subito, non la fidelizzazione del cliente con risultati, in tempi medi e non immediati, più soddisfacenti e duraturi; forse la frase corretta del capo in questione dovrebbe essere coniugata al singolare, cioè “non sto facendo nulla”.

Poi si prosegue con l'affermazione “dobbiamo trovare un modo per guadagnarci lo stipendio”, frase sempre più ricorrente e antipatica, soprattutto alla luce dell'impegno che i colleghi di filiale stanno mettendo ogni giorno, affermazione peraltro formulata da chi non ha rapporti diretti con la clientela, non dà valore aggiunto (passa il tempo a esaminare ed inserire dati vendita in excel, a trasmettere dati vendita tutela in tempo reale con WathsApp, a fare lync di “allineamento/(de)motivazionali”), non vende e non fa guadagnare (ma, se i colleghi vanno a budget e lo superano, prende, oltre ad uno stipendio di tutto rispetto, un PREMIO molto interessante). Quindi anche in questo caso forse è un lapsus: si intende dire “dovete trovare un modo per farmi guadagnare lo stipendio, il premio e giustificare la mia presenza”.

A questo punto, dopo il “non stiamo facendo nulla” e “dobbiamo trovare un modo per guadagnarci lo stipendio”, si passa alla proattività nell’indicare la strada da percorrere ed illustrare il piano d’azione.

Si inizia con il supporto al collega (reputato meno esperto): **“Guardiamo insieme il portafoglio clienti e le campagne, condividiamo lo schermo...”**

Poi con l'identificazione della soluzione (tanto è sempre la stessa) e, qui, emerge il “valore aggiunto del capo”: **“Questo chi è, cosa fa, gli possiamo proporre una bella Offerta a Distanza, magari una Polizza di Tutela, un Investimento, un PAC...”**

Ma guarda un po’, che bella novità!!! Chi l'avrebbe mai detto che avremmo identificato proprio queste come necessità/bisogni inespressi del cliente!!!

Quindi, scavalcando l'autonomia gestionale del...gestore...verso i clienti del suo portafoglio, si passa all'indicare l'azione: "***Inseriamo subito l'Offerta a Distanza, fai così, fai così, carrella questo, carrella quello...***"

E si dà l'indicazione "***Prima inseriamo l'offerta, poi chiama il cliente...***"

Attività che potrebbe configurarsi come Pratica Commerciale Scorrecta (ovviamente con la matricola del collega malcapitato...), perché l'offerta a distanza va concordata con il cliente e poi inviata, tanto che nella comunicazione che giunge al cliente compare la scritta "*Come concordato telefonicamente, le inviamo l'offerta contrattuale...*" e non il contrario.

Se il cliente per sbaglio, senza essere stato preventivamente informato, la conferma, si va ad impegnare con una operazione onerosa non concordata...

A questo punto, arriva la ciliegina sulla torta:

"Adesso chiama il cliente, io sto qui e ascolto, così vediamo se hai una proposizione commerciale telefonica corretta..."

...giusto per essere trattati come bambini di scuola d'infanzia e con un "falchetto" (non volendo indicare altro lugubre volatile) sulle spalle!

Nella totalità dei casi, questo modus operandi porta poi ad un contatto con il cliente che si trova spiazzato, che non conferma offerte non concordate e si sente anche commercialmente pressato (e tradito), in un momento in cui servirebbe ben altro atteggiamento con una clientela spaventata dagli eventi e in ansia per la situazione economica generale e personale.

Il nostro capo "benchmark" è la stessa persona che settimane addietro, in una lync con i Direttori, sollecitava a far entrare i clienti nel pomeriggio, in spregio alle disposizioni precauzionali sanitarie del governo e della banca, al fine di sfruttare il "favorevole" momento per vendere la Polizza Tutela Sanitaria.

Ora sollecita l'Offerta a Distanza (nr. 5 per gestore) con modalità contrarie alla normativa (prima inserisci l'offerta e poi chiama il cliente).

Potessimo lavorare tutti in modo più lineare e normale, senza forzature, avremmo l'opportunità di farci sentire vicini e utili ai clienti, rafforzando la relazione e aprendo la strada ad operazioni future, basate sulla fiducia e non sul "tutto e subito": inoltre dopo la tremenda "figura" relativa alla vendita dei diamanti e alla pesante sanzione (4,8 milioni di euro) comminata dall'Antitrust alla nostra azienda per la pratica scorretta di vendita di polizze abbinate ai mutui, non riteniamo opportuno esporci ad ulteriori pericolose conseguenze!

Questo comunicato sindacale, oltre ad essere una denuncia delle "politiche commerciali" scorrette praticate in un'Area della nostra zona, costituisce anche, a tutti gli effetti, formale diffida alla loro ulteriore applicazione.

In caso ciò non accadesse, attiveremo tutte le iniziative che riterremo opportune, previste dagli accordi aziendali e dalla normativa nazionale, per ripristinare il corretto approccio commerciale, nel rispetto del difficile e rischioso lavoro dei colleghi in prima linea, della clientela e dello stesso clima aziendale.

FABI / FIRST-Cisl / FISAC-Cgil / UILCA / UNISIN
Coordinamenti Area Piemonte Nord e Valle d'Aosta

Novara, 08 maggio 2020