



UIL CREDITO, ESATTORIE E ASSICURAZIONI

Aderente a Union Network International - UNI

UILCA Cariveneto
Coordinamento Nazionale

Padova, 22 febbraio 2012

Un modello di servizio..... dalle gambe corte!

Nelle ultime settimane l'azienda ha avviato un processo di "rivisitazione" del modello di servizio alla clientela, in particolare per il segmento privati delle filiali retail. Guai a chiamarlo "nuovo" modello.... Sarebbe come a smentire qualcosa che non si può smentire.

In realtà il nuovo modello propone ben poche novità e innovazioni. L'azienda sta tornando sui propri passi dopo aver fatto outing? A noi sembra un film già visto. L'azienda sembra essersi accorta che i portafogli di alcuni colleghi sono "troppo pieni" e, con il revamping dei ruoli, si torna a "spalmare" il 60% (sessanta!) della clientela famiglie sugli assistenti la clientela. Il tutto dovrebbe avvenire, però, senza l'assegnazione di portafogli (vedi mai che il sindacato mi chieda percorsi professionali anche per questi!!). Infatti questa clientela risulta in monte alla filiale e caricata sul Direttore che ne è responsabile. Nella maggior parte delle filiali, quelle con 3 assistenti alla clientela (o 2 + 1 apprendista), dove il collega individuato come "commerciale" è 1, si dà il caso che vi sia **una** persona incaricata di seguire **un** portafoglio. Come affermare che detto portafoglio è "in monte" e non assegnato? Sembra una grande presa in giro... Sembra. E non ci dicano delle rotazioni....

Altra considerazione: se i gestori famiglie hanno, sino ad oggi, "lavorato" il 40% del loro portafoglio perché troppo pieno (parole e dati forniti dall'azienda) e gli assistenti si sono occupati di altro (cassa, servizi di base alla clientela, contabilità, addetti "in nero" dei gestori small...) qualcuno dovrebbe spiegare come possono trovare il tempo per occuparsi "proattivamente" di quel 60% di clienti in uscita dai portafogli famiglie... Ma l'azienda sa cosa fanno gli assistenti alla clientela? Sembra proprio di no!

Comprendiamo, e possiamo anche condividere, che la sfida per il futuro, e forse anche per la sopravvivenza delle nostre aziende, stia nella proposizione attiva, nella ricerca del cliente (senza esagerare, visti i risultati delle telefonate serali delle varie compagnie telefoniche...). Ma la coperta è corta. Manca formazione vera, mancano risorse da poter dedicare a questi progetti. Negli anni si assiste ad un continuo rimescolamento dei ruoli e travasi di competenze. Con l'unico risultato di disorientare le persone e scontentare i colleghi. Per non parlare delle paure instillate da ogni cambiamento. Chiediamo all'azienda di fare una analisi più "reale", onesta fino in fondo della situazione vissuta negli uffici perché governare una azienda è diverso che presentare slide su uno schermo!

La Segreteria di Coordinamento Uilca Cariveneto