

Evoluzione Struttura Commerciale

Nuovo assetto organizzativo di AT e Filiale

Aprile 2015



Mercato Privati

Posteitaliane

Razionali di Intervento

Evoluzione della Struttura Commerciale

Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti

Focus Orario Lavorativo

Job Description Referente Coordinamento Commerciale UP con Sala



1
**SOVRAPPOSIZIONE
TRA RUOLI
VENDITORIALI E DI
SUPPORTO
COMMERCIALE**

Alle **figure specialistiche di filiale** dedicate agli UP senza Sala e Base sono assegnati **incarichi sia di natura venditoriale che di supporto commerciale**, con conseguenti difficoltà nel coniugare un pieno presidio delle attività con una attenta gestione del cliente

2
**ELEVATA
“AMPIEZZA DEL
CONTROLLO”**

L'**elevato numero di UP in relazione alle figure specialistiche commerciali** rappresenta un ostacolo alla gestione attenta e puntuale degli up di competenza, ed un presidio integrale delle attività assegnate

3
**DUPLICAZIONE PER
CANALE DEI REFERENTI
DI COMPARTO DI AT**

La **suddivisione dei Referenti Commerciali di Comparto di AT per canale comporta una duplicazione di attività e risorse**, a scapito dell'efficacia commerciale con il rischio di trasmettere messaggi discordanti

4
**RIDONDANZA DI
RISORSE NON
COLLEGATE
ALL'EXECUTION
COMMERCIALE**

Presenza **sia in Filiale che in AT di figure professionali orientate alla Pianificazione Commerciale e Sviluppo, non direttamente collegate all'execution commerciale (es. Specialisti Pianificazione di filiale)**



Sintesi delle linee guida di intervento

1
**DIFFERENZIARE TRA
RUOLI VENDITORIALI E
DI SUPPORTO
COMMERCIALE**

Superare il ruolo unico di venditore e supporto commerciale, **attribuendo responsabilità univoche ai ruoli venditoriali e di coordinamento**, consentendo a ciascuno di presidiare appieno le attività della propria area di competenza

2
**AVVICINARE
L'AMPIEZZA DEL
CONTROLLO A QUELLA
DEL SISTEMA
BANCARIO**

Potenziamento e focalizzazione sul ruolo delle risorse di coordinamento dedicate al Canale Mifid con Sala al fine di avere una gestione più attenta e puntuale degli UP assegnati e consentendo il trasferimento delle competenze lungo la filiera

3
**EFFICIENTARE LE
RISORSE DEDICATE
ALLA FORMAZIONE DI
PRODOTTO**

Superare in AT la distinzione per canale delle risorse specializzate nella formazione di prodotto; attraverso l'eliminazione delle ridondanze è possibile creare efficienza da destinare alle strutture di coordinamento e supporto commerciale

4
**FOCALIZZARE
TUTTA LA FILIERA
SULL'EXECUTION
COMMERCIALE**

Accentramento ed efficientamento delle figure non strettamente legate all'execution commerciale, liberando risorse da indirizzare **verso ruoli di natura venditoriale**



Razionali di Intervento

Evoluzione della Struttura Commerciale

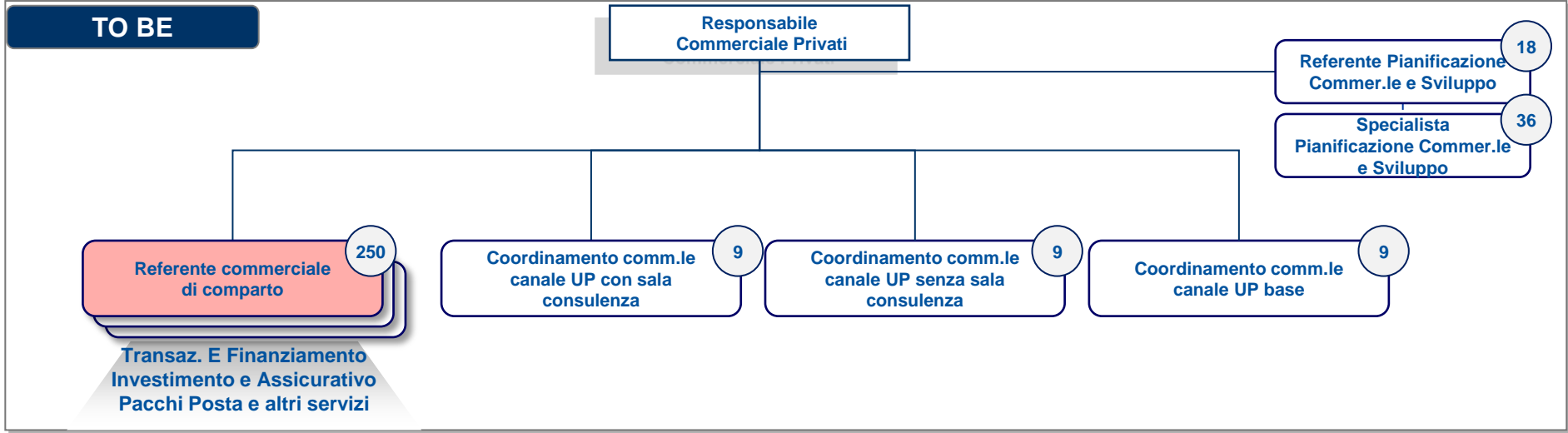
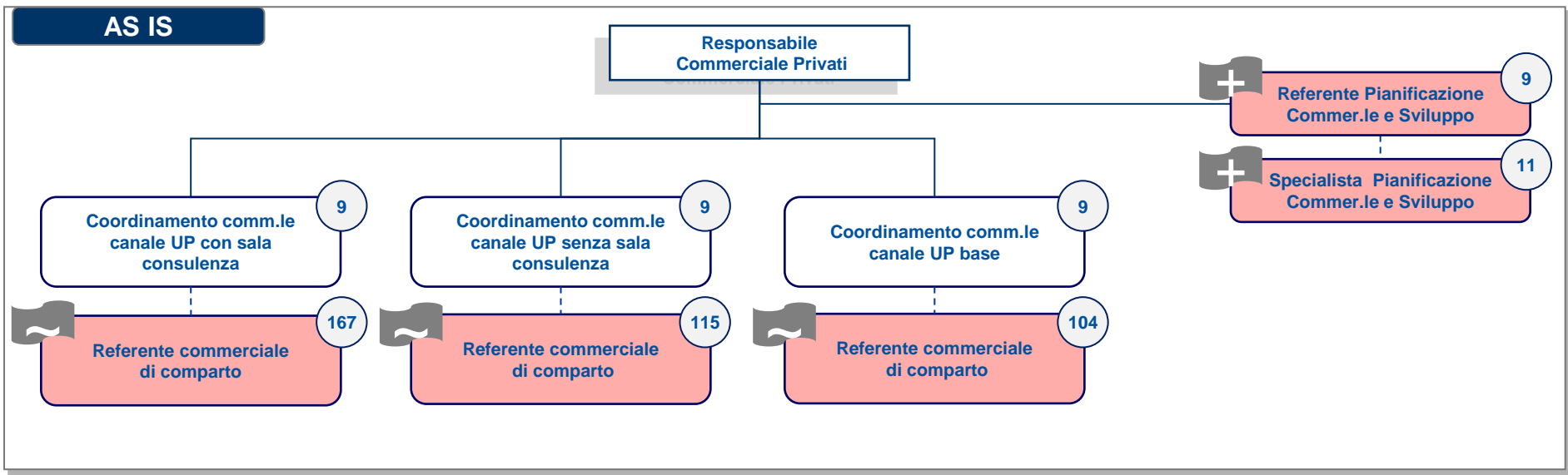
Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti

Focus Orario Lavorativo

Job Description Referente Coordinamento Commerciale UP con Sala





Aree di intervento

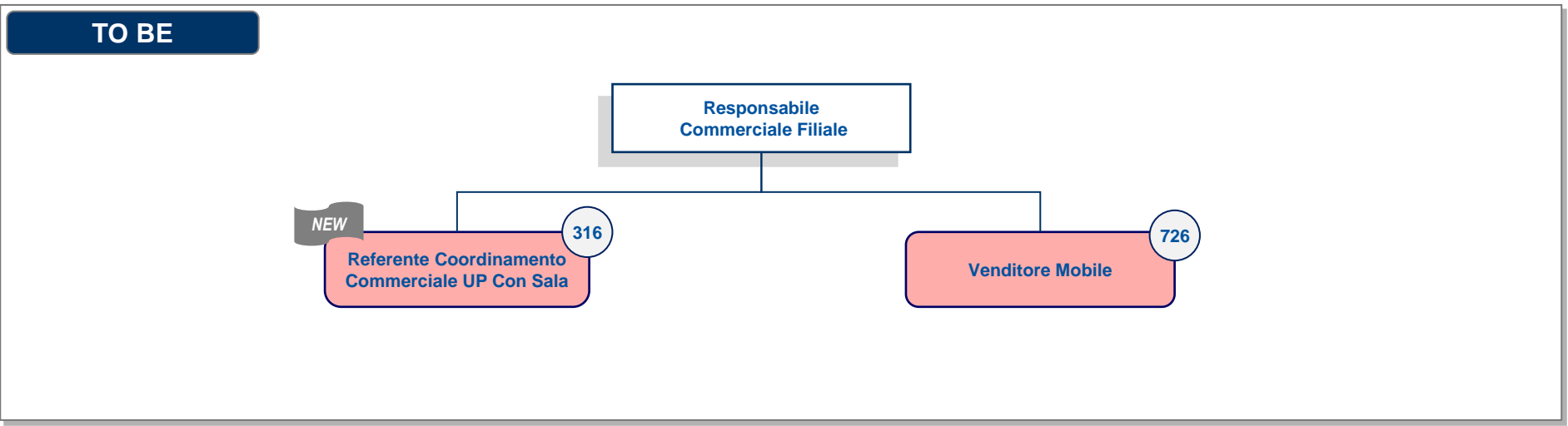
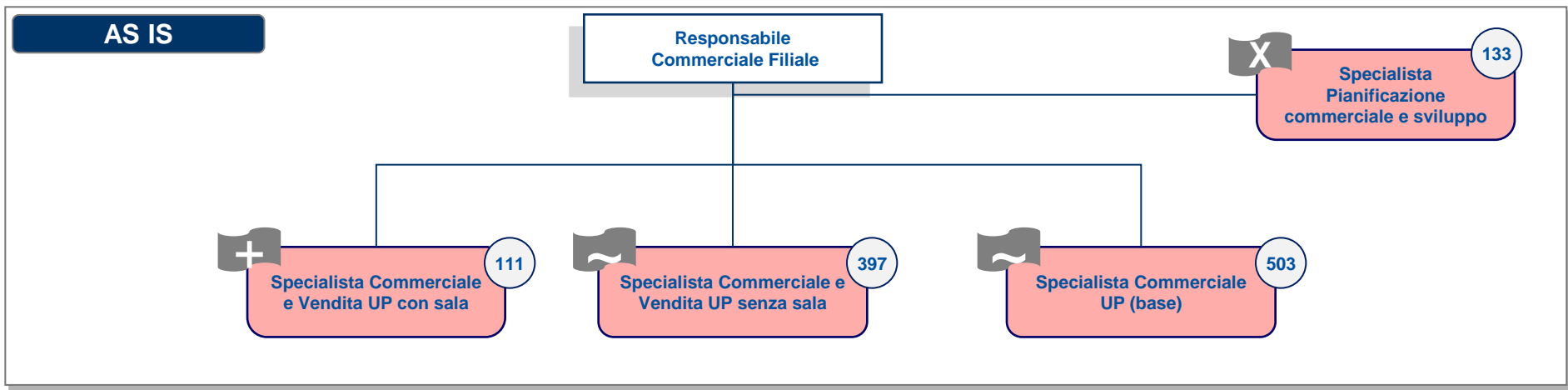


Mercato Privati



Figura ridimensionata

Figura potenziata



Aree di intervento



Mercato Privati



Figura ridimensionata
Figura potenziata
Figura superata



Razionali di Intervento

Evoluzione della Struttura Commerciale

Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti

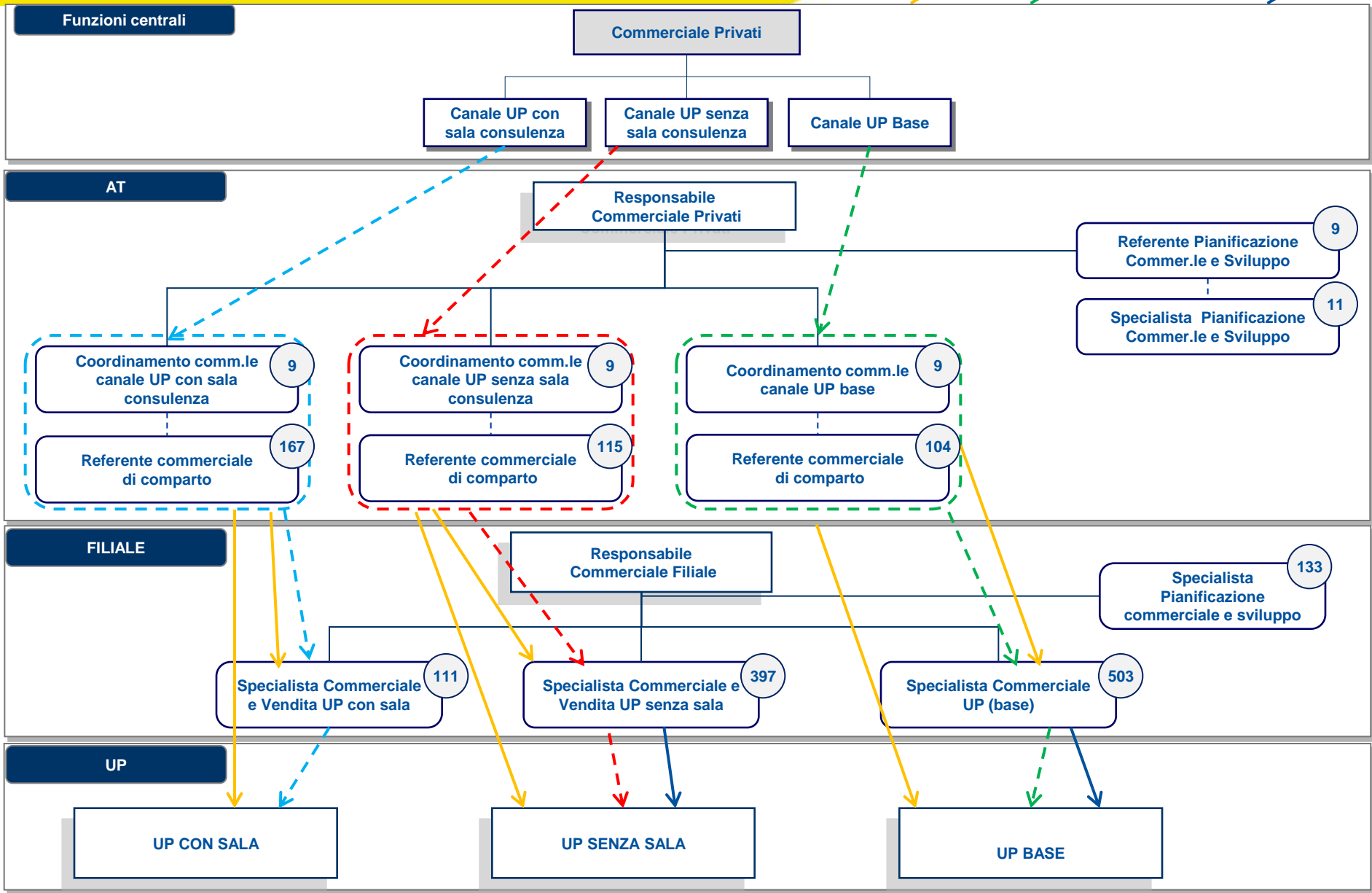
Focus Orario Lavorativo

Job Description Referente Coordinamento Commerciale UP con Sala



Flussi Centro – AT – Filiale – UP – AS IS

Flussi formativi    Flussi commerciali  Vendita 

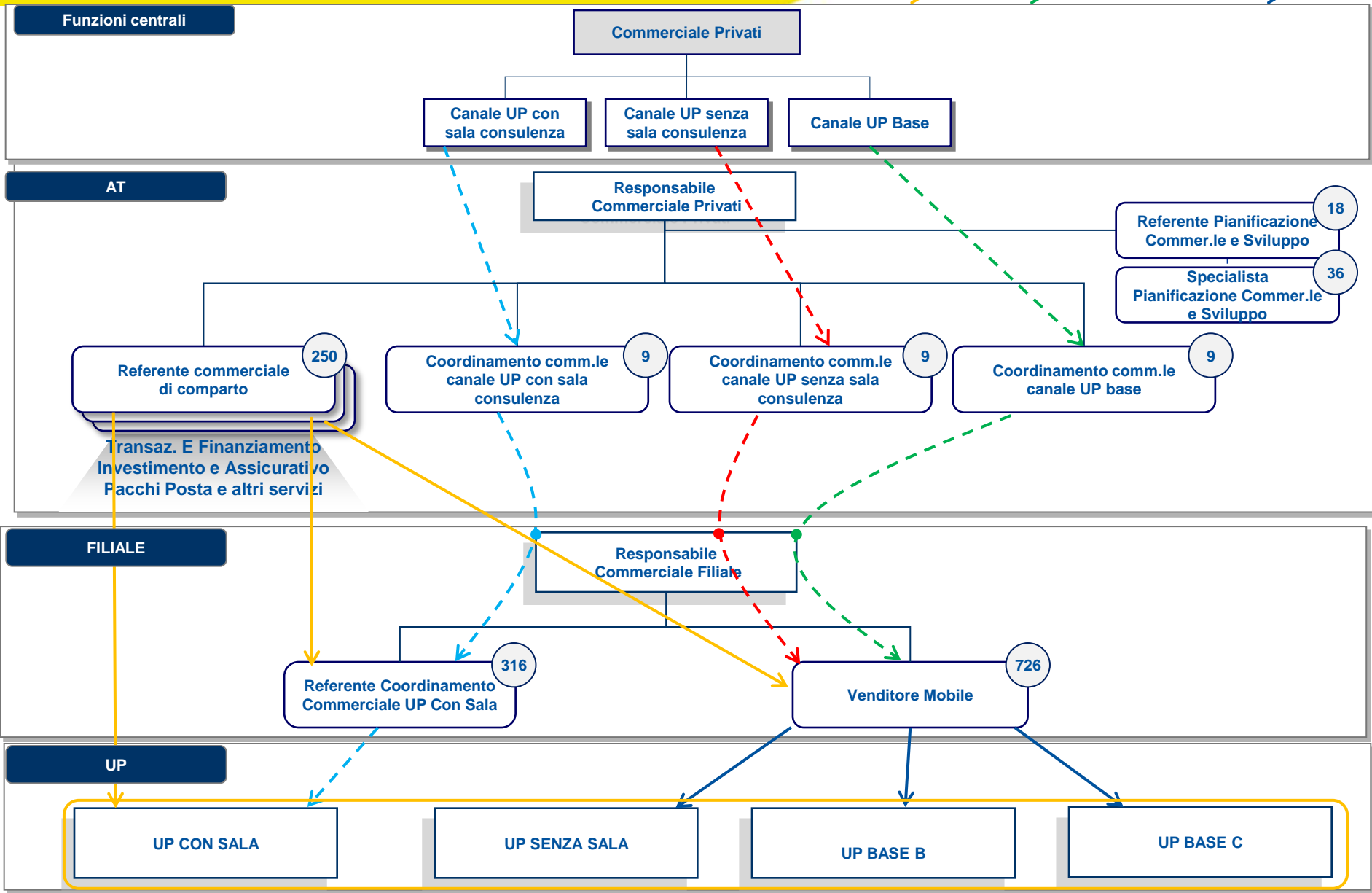


Mercato Privati

Posteitaliane

Flussi Centro – AT – Filiale – UP – TO BE

Flussi formativi Flussi commerciali Vendita



Mercato Privati

Posteitaliane

Razionali di Intervento

Evoluzione della Struttura Commerciale

Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti

Focus Orario Lavorativo

Job Description Referente Coordinamento Commerciale UP con Sala



| | | AS IS | | | TO BE | | | | |
|--------------------------|---|----------------|--------------------|-----|---|----------------|---------------|--------------|-------------|
| AREA TERRITORIALI | FIGURE | LIVELLO | CONSISTENZE | | FIGURE | LIVELLO | DIMENS | DELTA | |
| | Coordinamento Commerciale di Canale | A1 | 27 | | Coordinamento Commerciale di Canale | A1 | 27 | | 0 |
| | Referente Commerciale di Comparto | A2 | 354 | | Referente Commerciale di Comparto | A2 | 250 | | -104 |
| | Referente Pianificazione Commerciale e Sviluppo | A2 | 10 | | Referente Pianificazione Commerciale e Sviluppo | A2 | 18 | | 8 |
| | Specialista Pianificazione Commerciale e Sviluppo | B | 9 | | Specialista Pianificazione Commerciale e Sviluppo | B | 36 | | 27 |
| | TOTALE | | 400 | | TOTALE | | 331 | | -69 |
| FILIALE | | | | | <i>Referente Coord. Comm. UP con Sala (New)</i> | A2 | 316 | | 316 |
| | Specialista Commerciale e Vendita | B | 481 | 959 | Venditore Mobile | B | 726 | | -233 |
| | Specialista Commerciale UP | B | 478 | | Specialista Pianificazione Commerciale e Sviluppo | B | 0 | | -125 |
| | Specialista Pianificazione Commerciale e Sviluppo | B | 125 | | TOTALE | | 1042 | | -42 |
| | TOTALE | | 1084 | | | | | | |
| TOTALE AT+FILIALE | | | | | | | | | -111 |



| AS IS | | | | TO BE | | | | | |
|-------------------|---|---------|--------|-------|---|---------|--------|------|-------|
| AREA TERRITORIALE | FIGURE | LIVELLO | DIMENS | | FIGURE | LIVELLO | DIMENS | | DELTA |
| | Coordinamento Commerciale di Canale | A1 | 27 | | Coordinamento Commerciale di Canale | A1 | 27 | | 0 |
| | Referente Commerciale di Comparto | A2 | 386 | | Referente Commerciale di Comparto | A2 | 250 | | -136 |
| | Referente Pianificazione Commerciale e Sviluppo | A2 | 9 | | Referente Pianificazione Commerciale e Sviluppo | A2 | 18 | | 9 |
| | Specialista Pianificazione Commerciale e Sviluppo | B | 11 | | Specialista Pianificazione Commerciale e Sviluppo | B | 36 | | 25 |
| TOTALE | | | 433 | | TOTALE | | | 331 | -102 |
| FILIALE | | | | | <i>Referente Coord. Comm. UP con Sala (New)</i> | A2 | 316 | | 316 |
| | Specialista Commerciale e Vendita | B | 508 | 1011 | Venditore Mobile | B | 726 | | -285 |
| | Specialista Commerciale UP | B | 503 | | Specialista Pianificazione Commerciale e Sviluppo | B | 0 | | -133 |
| | Specialista Pianificazione Commerciale e Sviluppo | B | 133 | | TOTALE | | | 1042 | -102 |
| TOTALE | | | 1144 | | TOTALE AT+FILIALE | | | | -204 |



| AREA TERRITORIALE | COORDINATORE COMMERCIALE DI CANALE | REFERENTE COMMERCIALE DI COMPARTO | PIANIFICAZIONE | | TOTALE |
|-------------------|------------------------------------|-----------------------------------|---|---|------------|
| | | | REFERENTE PIANIFICAZIONE COMMERCIALE E SVILUPPO | SPECIALISTA PIANIFICAZIONE COMMERCIALE E SVILUPPO | |
| CENTRO | 3 | 44 | 2 | 4 | 53 |
| CENTRO 1 | 3 | 24 | 2 | 4 | 33 |
| CENTRO NORD | 3 | 25 | 2 | 4 | 34 |
| LOMBARDIA | 3 | 33 | 2 | 4 | 42 |
| NORD EST | 3 | 26 | 2 | 4 | 35 |
| NORD OVEST | 3 | 27 | 2 | 4 | 36 |
| SUD | 3 | 30 | 2 | 4 | 39 |
| SUD 1 | 3 | 20 | 2 | 4 | 29 |
| SUD 2 | 3 | 21 | 2 | 4 | 30 |
| TOTALE | 27 | 250 | 18 | 36 | 331 |



| AREA TERRITORIALE | REFERENTI COORD. COMMERCIALE UP CON SALA | VENDITORI MOBILI | | | | TOTALE |
|--------------------|--|------------------|----------------------------|------------------|------------------|-------------|
| | | TOTALE | DI CUI SU MIFID SENZA SALA | DI CUI SU BASE B | DI CUI SU BASE C | |
| CENTRO | 50 | 86 | 38 | 32 | 17 | 136 |
| CENTRO 1 | 28 | 60 | 21 | 27 | 13 | 88 |
| CENTRO NORD | 33 | 71 | 27 | 29 | 15 | 104 |
| LOMBARDIA | 43 | 111 | 53 | 40 | 18 | 154 |
| NORD EST | 34 | 114 | 47 | 45 | 22 | 148 |
| NORD OVEST | 29 | 94 | 29 | 32 | 32 | 123 |
| SUD | 40 | 103 | 54 | 37 | 13 | 143 |
| SUD 1 | 30 | 43 | 25 | 13 | 6 | 73 |
| SUD 2 | 29 | 44 | 27 | 14 | 3 | 73 |
| TOTALE | 316 | 726 | 320 | 267 | 139 | 1042 |



Razionali di Intervento

Evoluzione della Struttura Commerciale

Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti

Focus Orario Lavorativo

Job Description Referente Coordinamento Commerciale UP con Sala



ORARI DI LAVORO

Al fine di rendere le strutture di staff territoriali maggiormente in linea con le esigenze di produzione e di fornire un supporto più efficace e continuativo agli Uffici Postali, fermo restando l'orario di lavoro attuale a 5 gg, si prevede di estendere il presidio del sabato con la presenza del 33% del personale assegnato



Razionali di Intervento

Evoluzione della Struttura Commerciale

Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti

Focus Orario Lavorativo

Job Description Referente Coordinamento Commerciale UP con Sala



Scopo e Caratteristiche Generali**MP – Area Territoriale – Filiale****Struttura: Commerciale di Filiale**

Assicurare la spinta commerciale finalizzata al raggiungimento del budget commerciale degli UP del canale “con sala” di propria competenza, garantendo il supporto tecnico, operativo e commerciale a tutte le risorse coinvolte, in linea con le politiche commerciali definite ed in coerenza con le normative vigenti, le disposizioni degli organismi di vigilanza, le procedure e i valori aziendali

Aree di responsabilità

- Assicura, anche attraverso visite periodiche agli UP di competenza, la spinta commerciale e motivazionale ai DUP e al personale degli Uffici, con particolare riferimento alle figure specialistiche garantendo il monitoraggio e l'analisi delle azioni commerciali intraprese e proponendo, di concerto con il Responsabile Commerciale di Filiale, eventuali azioni correttive.
- Garantisce il necessario raccordo tra l'UP e le competenti funzioni in ambito di filiale/ATMP attraverso la raccolta, la sistematizzazione e la condivisione dei feedback inerenti i prodotti/processi commerciali e l'efficacia delle azioni commerciali definite al fine di assicurare il miglioramento continuo delle stesse; fornisce altresì agli UP del canale Mifid con Sala di propria competenza il quadro di riferimento, illustrando gli obiettivi aziendali e le modalità per raggiungerli, promuovendo la diffusione di best practice rilevate
- Costituisce il punto di riferimento per il DUP per l'individuazione di azioni di sviluppo di nuovi bacini di clientela e l'attuazione di opportune azioni di cross-up selling.
- Assicura il supporto alle risorse dell'UP nella gestione delle trattative complesse, in coerenza con i processi commerciali definiti e le esigenze della Filiale.
- Garantisce il trasferimento delle competenze sulle metodologie, gli strumenti e le tecniche di vendita di canale, le modalità di gestione della relazione con il cliente, attraverso l'addestramento tecnico specialistico e l'affiancamento on the job alle risorse dell'UP.

