



28 NOVEMBRE 2006

“NATALE IN FILIALE” perdiamo clienti: diamogli caramelle

L'azienda ammette che perdiamo clientela oltre le normali percentuali e predispone un questionario per i gestori al fine di comprenderne i motivi.

E' caduto il **rapporto di fiducia con gli Area Manager** che pare non diano risposte convincenti o credibili al problema, inoltre l'iniziativa sembra tradire una scarsa conoscenza del rapporto con la clientela.

Ma è proprio necessario un **sondaggio** per acquisire il punto di vista dei gestori sulle motivazioni reali di abbandono della clientela? Noi da sempre le raccogliamo dai colleghi e le riportiamo sistematicamente alla Direzione:

- Forse i prodotti non sono in linea con le reali esigenze e/o profili di rischio dei clienti ?
- Forse è venuta meno l'etica e la correttezza verso la clientela ?
- Forse lo stress e le pressioni che subiscono i colleghi in filiale vengono poi riversati sui clienti che non ne possono più di continue telefonate e sollecitazioni per acquistare nuovi prodotti ?
- Forse sono troppi gli aggravii di spese e commissioni ?
- Attese e code troppo lunghe nelle aree operative con sempre meno addetti?

Invitiamo i colleghi destinatari dell'indagine ad essere spietatamente sinceri nell'esprimere le vere motivazioni.....

.....affinché il nostro Management capisca finalmente che il Sistema Incentivante ed i Budgets finalizzati alla vendita a tutti i costi non possono che avere ripercussioni negative sul RAPPORTO DI FIDUCIA tra BANCA e CLIENTE.

La ricerca di risultati a breve termine mina il tradizionale successo delle BANCHE POPOLARI radicate sul TERRITORIO: **CHI HA COME OBIETTIVO DI CAMBIARNE LA “MISSION” ?**

**E CHI PENSA DI “VALORIZZARE LA RELAZIONE
CON LA CLIENTELA” CON DUE CARAMELLE?**

(vedi Comunicazione aziendale novembre 2006)

ORGANO DI COORDINAMENTO FABI - GRUPPO BPU