

PRESSIONI COMMERCIALI

A VOLTE RITORNANO

Un percorso ad ostacoli tra codici etici, arroganza e mancanza di rispetto umano. Così, mentre si sprecano fiumi di parole come etica, rispetto del cliente, consulenza responsabile, ecco riemergere dal fondo della crisi le tanto odiate pressioni commerciali

Giuliano Xausa, Responsabile nazionale Coordinamento Quadri direttivi

Oggi più che mai, soprattutto in seguito alla crisi che attanaglia il mondo intero, la qualità e la preparazione delle persone sono decisivi per il successo di qualsiasi impresa, che deve saper rivisitare anche le proprie strategie aziendali.

Ma i nostri manager non sono stati minimamente colpiti dal terremoto finanziario che ha messo in crisi l'economia mondiale, non gli è passata neppure per l'anticamera del cervello l'idea che questa potesse essere un'occasione per ricostruire e migliorare il sistema. Anzi! È bastato un flebile raggio di sole per far tornare prepotentemente, e con maggior arroganza, le amatissime politiche di budget.

Mentre si sprecano fiumi di parole come etica, rispetto del cliente, consulenza responsabile, ecco riemergere dal fondo della crisi le tanto odiate pressioni commerciali.

La maleducazione e la violenza verbale, da parte dei vari responsabili, non possono essere più sottaciuti né tollerati, avendo raggiunto, in taluni casi, manifestazioni di gravità tale da configurare rilevanza penale.

Fra i come 'il personale di livello più elevato, tenga un comportamento equo e irreprensibile nei confronti dei propri collaboratori', che troviamo in tanti codici etici, vengono quotidianamente nella migliore delle ipotesi dimenticate. Altre come 'In un clima favorito dall'impegno di tutti e ispirato a reciproca fiducia, lealtà, correttezza e rispetto della dignità di ciascuno, si opererà favorendo la crescita professionale e salvaguardandone la sicurezza e la salute sul lavoro' assolutamente disattese.

Ma il lavoratore ogni giorno sta lì, fra l'incudine di un datore di lavoro che ci chiede di lucrare sempre più e il martello di un'etica sempre più difficile da rispettare.

Tra le tante pressioni commerciali, che quotidianamente ci vengono segnalate, ne abbiamo scelta una estraendo solo alcune parti. (tutta occupava quasi due pagine!)

'SIGNORI, (in maiuscolo per rispetto!) siamo ormai alla fine del 3° trimestre e ci apprestiamo ad affrontare l'ultimo quarter di un anno che, definire difficile e complesso, è un eufemismo. In brevissimo tempo sono venuti al pettine tutti i nodi di decenni di mala gestio politica



SEGUICI ANCHE SU:
FACEBOOK: <http://www.facebook.com/pages/fabi-news/169085283621?ref=ts#%20>
twitter **Twitter:** https://twitter.com/FABI_News
Blog Lando Maria Sileoni: www.landosileoni.it
FABI TV: www.fabivt.it

(in senso lato), che pensavamo di rimandare per l'eternità; ma il mercato ci ha, improvvisamente, presentato il conto (con interessi). Nulla è più certo e dovremo vivere, nella migliore delle ipotesi, nell'incertezza e nel rigore per anni. Nel peggiore degli scenari possibili (quindi realistici), si tratterebbe di un salto a ritroso nel tempo, impressionante e dram-

matico per molti. In questo contesto noi operiamo oggi; ci siamo dentro fino al collo. Noi non possiamo cambiare il mondo; ma possiamo e dobbiamo meritarcene la sopravvivenza della ns. azienda. Cosa dobbiamo fare?

Dobbiamo lavorare, lavorare duro, impegnarci come mai, fare gruppo. Dobbiamo essere attivi, anzi, proattivi sul

nostro mercato, uniti, aggressivi, dinamici, freschi, ma soprattutto convinti della nostra, straordinaria forza.

Perché dobbiamo lavorare di più? Perché solo a due condizioni, entrambe necessarie ma per fortuna sufficienti, è garantita la sopravvivenza del ns. istituto e, conseguentemente, il ns. posto di lavoro. Ci serve, da matti, materia prima e ci serve profitto.

Ogni direttore di filiale lunedì pomeriggio intrattenga i suoi ragazzi per commentarla e pianificare un'immediata caccia a depositanti prospect. Le conoscenze che ognuno di noi ha possono, anzi, devono aiutare il gruppo. Fuori i nomi e telefoni roventi. Ogni sera ogni direttore comunica al capo mercato il collocato del giorno; ogni sera il responsabile mercato trasmette il dato al sottoscritto via email, totale per filiale. Da subito. E fino a fine anno. Per fare profitto noi dobbiamo collocare prodotti, in specie quelli più remunerativi. Dobbiamo vendere di più, dobbiamo vendere tutto, soprattutto, vendere tutti. Chi non fa la propria parte non si limita a non vendere: è un parassita che danneggia tutta la squadra, danneggia ognuno di noi che dobbiamo farci carico anche del suo carico.

Interrogiamoci, quindi, individualmente, tutti. Stiamo facendo la ns. parte? Stiamo contribuendo pienamente, nella consapevolezza della delicatezza del momento? Buon lavoro!

Abbiamo scelto una lettera senza particolari offese o particolari forzature, ma dove compaiono temi troppo spesso usati e che non possiamo accettare, come, ad esempio, "ne va del nostro posto di lavoro, bisogna vendere tutto, report individuali e quotidiani, parassiti...".

Come coordinamento Quadri Direttivi FABI, abbiamo condiviso questa idea. Raccogliere le varie pressioni commerciali, che girano per le nostre banche, per farne magari poi una pubblicazione. Per arrivare a ciò abbiamo bisogno del contributo di sindacalisti e lavoratori.

Inviateci allora quello che gira, magari con un copia e incolla su un documento word per eliminare i dati sensibili e assicurare ad ognuno di voi la massima riservatezza. ■

La nostra mail: quadri@fabi.it