

Evoluzione organizzazione Commerciale di Area Territoriale e Filiale

Dicembre 2010



Poste Italiane ha conseguito negli ultimi anni sfidanti risultati commerciali che hanno garantito dapprima il consolidamento e quindi, successivamente, lo sviluppo del conto economico aziendale.

I risultati sono stati raggiunti anche grazie allo sviluppo e alla diversificazione dell'offerta commerciale ed attraverso la focalizzazione dei prodotti/servizi sulla soddisfazione delle esigenze dei diversi segmenti di clientela.

Gli elementi di discontinuità intervenuti dall'implementazione del modello organizzativo attuale ad oggi

- ➔ Nuovo modello di vendita conforme alle normative MIFID
- ➔ Progressivo ampliamento e maggiore complessità dell'offerta commerciale
- ➔ Necessità di sviluppare segmenti di clientela maggiormente consapevoli e con esigenze specifiche

rendono necessaria una revisione del modello stesso per adattarlo a tali cambiamenti.



Gli obiettivi della nuova organizzazione sono funzionali alle esigenze emerse:



**Assicurare alla forza
vendita negli UP
un maggiore supporto
metodologico e
specialistico**



**Elevare il livello delle
competenze di presidio
dei prodotti/servizi
nonché delle tecniche di
vendita**



**Assicurare una costante
spinta commerciale sulla
forza vendita per garantire
il raggiungimento dei
risultati e dei target
assegnati**



Mercato Privati

Posteitaliane

Il nuovo ruolo dell'Area Territoriale e della Filiale

AREA TERRITORIALE

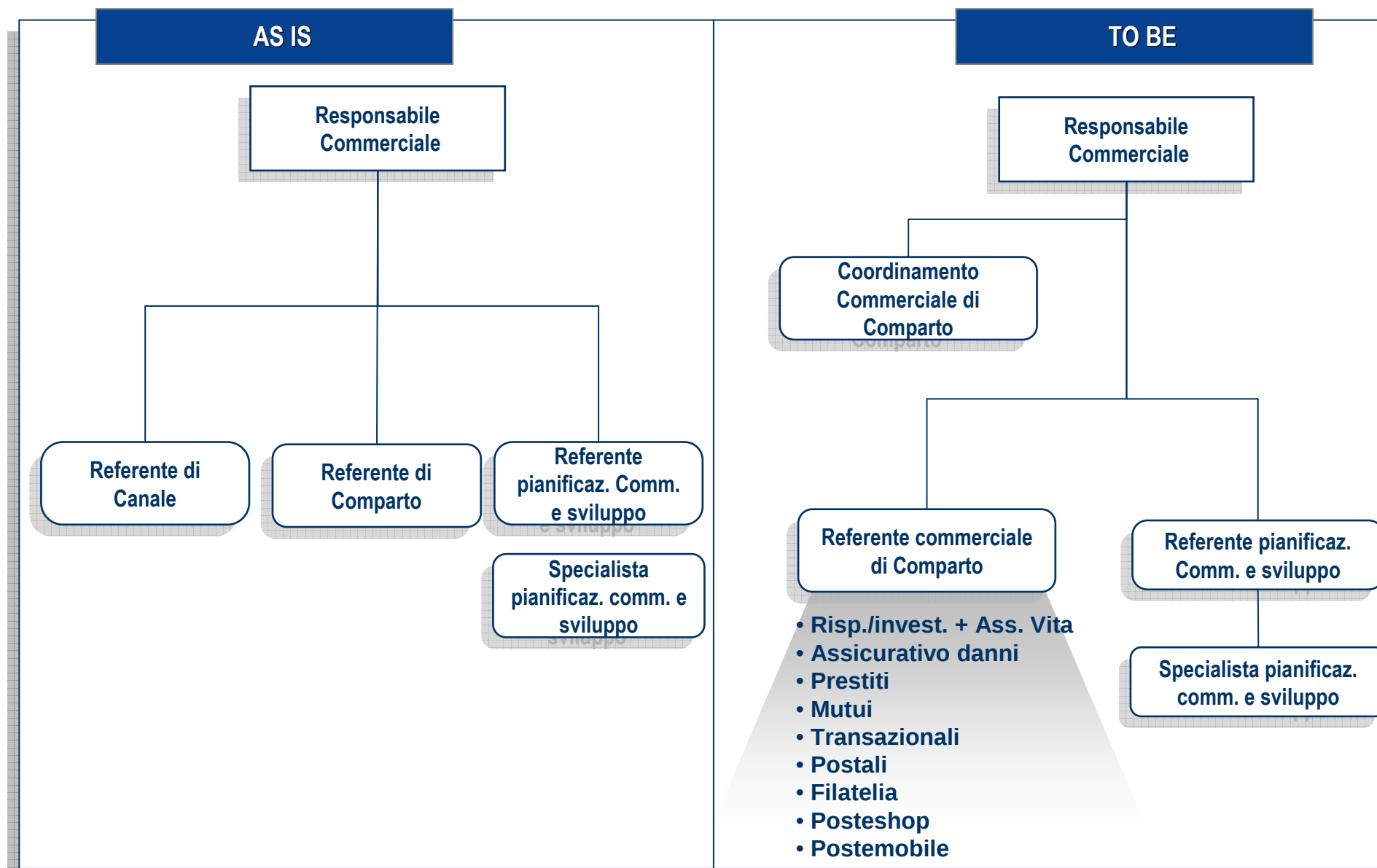
- Esprime il massimo livello di competenza professionale a supporto degli UP
- Trasferisce le competenze e le metodologie relative alle tecniche di vendita

FILIALE

- Supporta gli UP giorno per giorno, presidiando il raggiungimento degli obiettivi commerciali
- Affianca la forza vendita, con focus sugli UP in difficoltà e interviene nelle trattative maggiormente complesse



AT: Modello Organizzativo As Is vs To Be



Mercato Privati

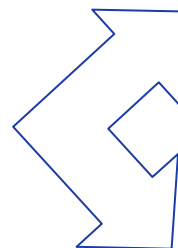
Posteitaliane

Focus sulle nuove figure professionali a presidio del Territorio:

COORDINAMENTO COMMERCIALE DI COMPARTO

Presidia le seguenti attività e aree di responsabilità:

- ➔ Raccordo con le strutture centrali
- ➔ Supporto professionale per le tematiche trasversali
- ➔ Supporto ai Referenti Commerciali di Comparto del settore di competenza nel raggiungimento degli obiettivi di budget



Per i prodotti/comparti del settore di competenza *

Per l'Area Territoriale di competenza

** In ogni AT sono previste 2 risorse per il Coordinamento Commerciale di Comparto: 1 per il settore finanziario ed 1 per quello postale e altri servizi*



Mercato Privati

Posteitaliane

Focus sulle nuove figure professionali a presidio del Territorio:

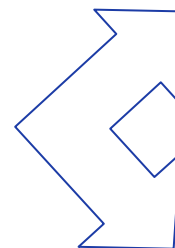
REFERENTE COMMERCIALE DI COMPARTO

Presidia le seguenti attività e aree di responsabilità:

- ➔ Trasferimento conoscenze e competenze tecniche relative ai prodotti e servizi verso i punti vendita (Retail e Impresa)
- ➔ Trasferimento metodologie e tecniche di vendita
- ➔ Supporto nell'esecuzione delle campagne commerciali agli UP e agli Specialisti di Filiale
- ➔ Responsabilità del raggiungimento del budget per i prodotti/servizi di competenza sull'insieme degli UP

assegnati

Mercato Privati

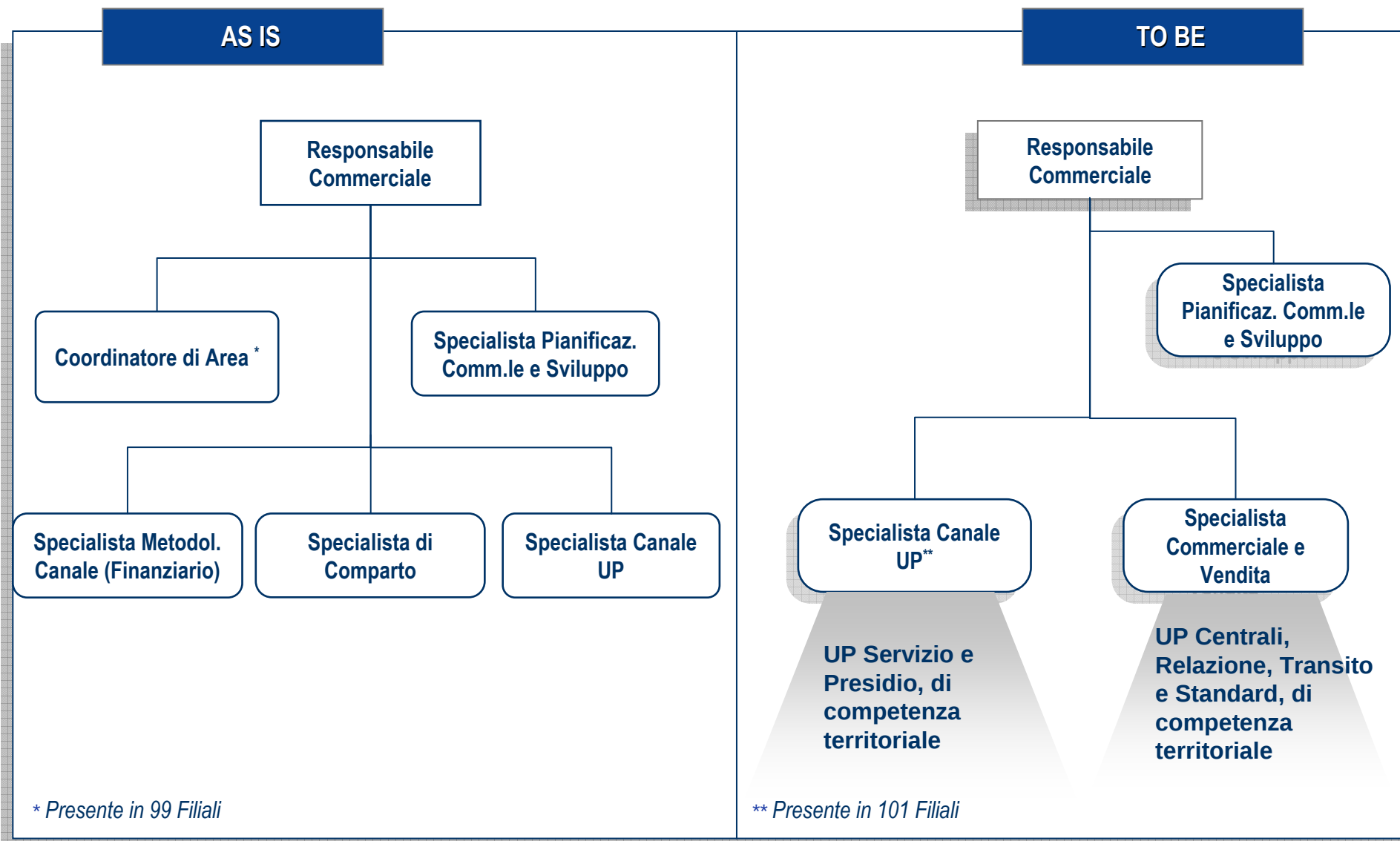


Per i prodotti del
comparto di competenza

Per gli UP di competenza
territoriale

*La figura professionale è collocata
organizzativamente in Area Territoriale
ma può avere sede di lavoro
delocalizzata presso alcune filiali
baricentriche*

Posteitaliane



Mercato Privati

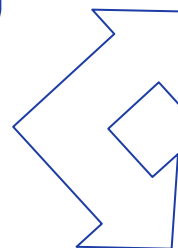
Posteitaliane

Focus sulle nuove figure professionali a presidio del Territorio

SPECIALISTA COMMERCIALE E VENDITA

Presidia le seguenti attività e aree di responsabilità:

- ➔ Spinta commerciale “giorno per giorno” verso gli UP di competenza territoriale
- ➔ Affiancamento forza vendita “sul campo”
- ➔ Responsabilità del raggiungimento del budget sull'insieme di UP assegnati



**Per UP:
Centrali
Relazione/Transito
Standard**

**Per gli UP di competenza
territoriale**



Mercato Privati

Posteitaliane

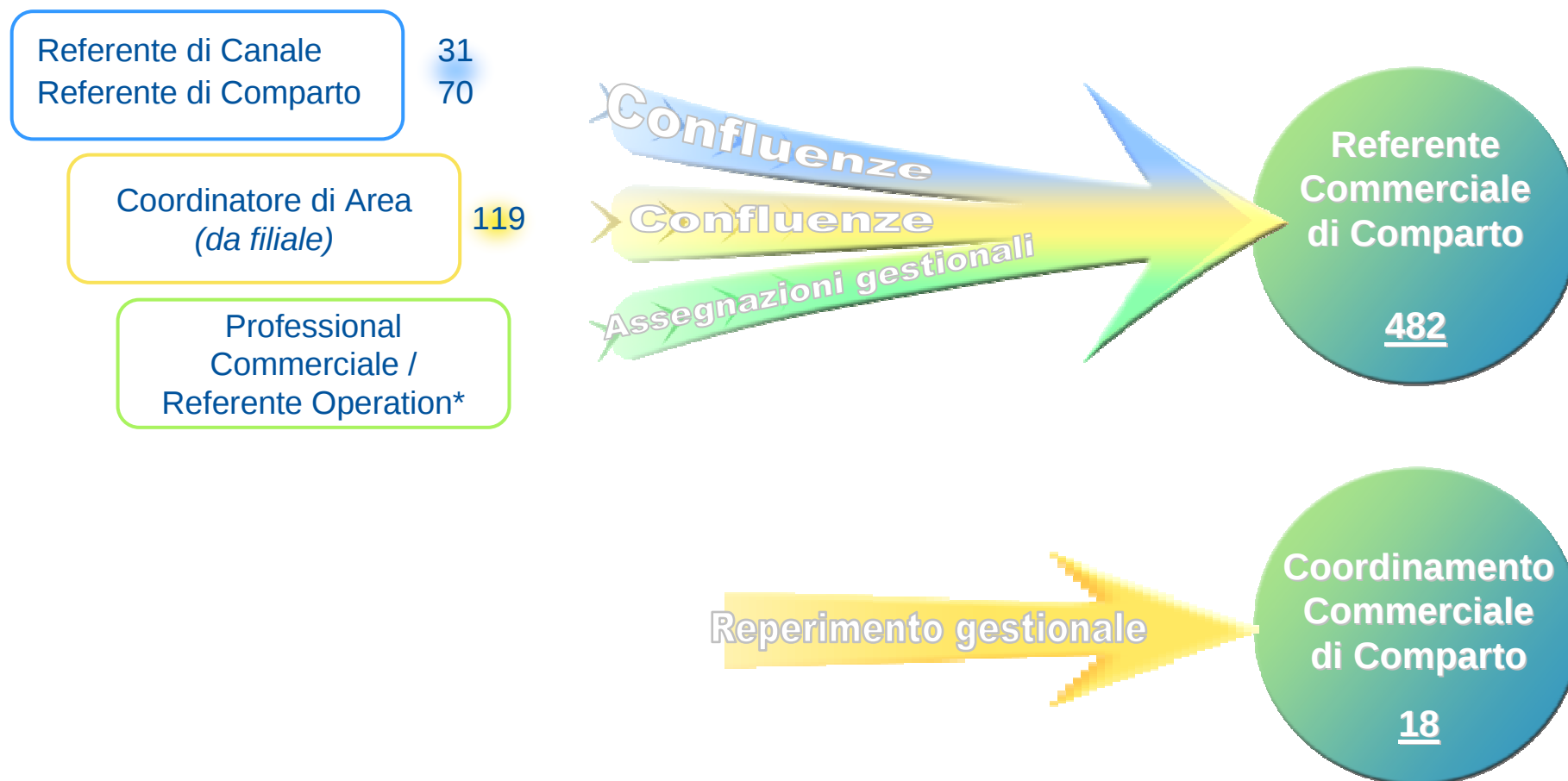
Focus UP Servizio e Presidio

Per gli UP Servizio e Presidio il supporto commerciale continuerà ad essere assicurato dallo Specialista Canale UP che, come noto, presidia le seguenti attività e aree di responsabilità:

- manutenzione delle competenze relative alle tecniche di vendita e ai prodotti, attraverso l'addestramento tecnico specialistico e l'affiancamento on the job alle risorse dell'UP
- monitoraggio e supporto dei processi commerciali
- sviluppo del canale di riferimento
- vendita diretta presso gli UP di propria competenza, in coerenza con i processi commerciali definiti e le esigenze della Filiale
- responsabilità di budget sugli UP di competenza

Il trasferimento delle conoscenze e del know-how tecnico dei prodotti e servizi per gli UP Servizio e Presidio sarà assicurato dai ruoli di Area Territoriale.



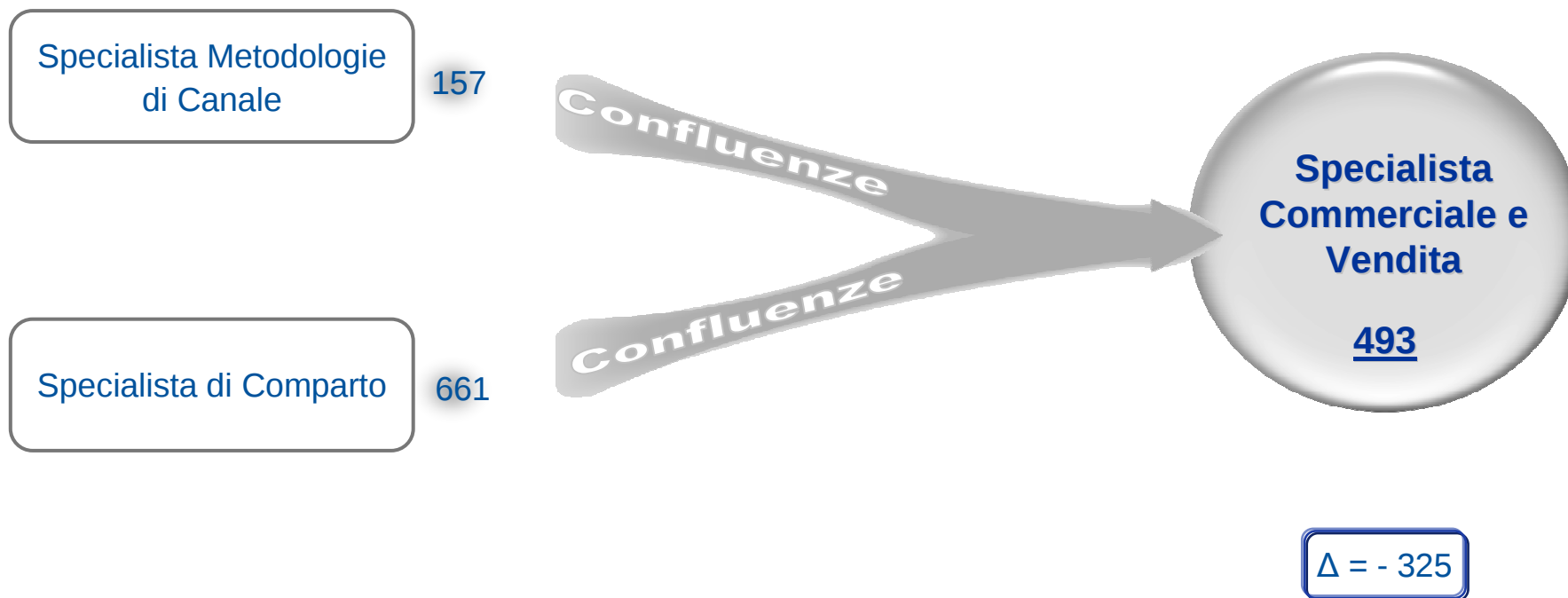


** Circa 50 UP non presentano più le condizioni alla base dell'assegnazione della figura Professional Commerciale (numero di canali commerciali insistenti su UP pari o superiore a tre). Inoltre, in 171 UP coesistono Referente Operation e Professional Commerciale*



AT	Referenti Commerciali di Comparto										Tot/AT
	Coordinamento Commerciale di Comparto	Risp/Inv + Ass. vita	Danni	Prestiti	Mutui	Postali	Filatelia	Transazionali	Postemobile	Posteshop	
Centro	2	14	11	10	10	11	3	5	3	3	72
Centro 1	2	9	7	6	7	7	2	3	2	2	47
Centro Nord	2	10	7	6	6	8	2	3	2	2	48
Lombardia	2	14	11	9	10	14	2	4	4	2	72
Nord Est	2	13	9	8	8	10	2	4	3	2	61
Nord Ovest	2	12	9	7	8	9	2	4	3	2	58
Sud	2	14	9	9	7	9	2	5	3	2	62
Sud 1	2	8	5	6	5	6	2	3	2	2	41
Sicilia	2	8	5	5	5	5	2	3	2	2	39
ITALIA	18	102	73	66	66	79	19	34	24	19	500





Ogni Specialista Commerciale e Vendita ha un bacino di competenza pari a 15 UP
(centrali, relazione/transito, standard)



AT	Specialisti Commerciali e Vendita
Centro	64
Centro 1	40
Centro Nord	46
Lombardia	73
Nord Est	63
Nord Ovest	54
Sud	73
Sud 1	40
Sicilia	40
tot Italia	493

