



PRESSIONI COMMERCIALI ... TEMPO SCADUTO!!!

Da alcune settimane le segnalazioni di comportamenti non conformi allo stile aziendale, da parte di alcune persone che ricoprono anche cariche apicali (tutte le Funzioni commerciali), sono aumentate in misura esponenziale.

Questa recrudescenza di comportamenti sta creando forti tensioni all'interno delle Filiali e sta mettendo sotto pressione un consistente numero di colleghi, spinti ad adottare pratiche non sempre ortodosse.

Veniamo ai fatti:

- **Iniziative prioritarie:** vengono calate su tutti i gestori, indipendentemente dagli impegni quotidiani e dalle assenze programmate, liste di 50 nominativi che devono obbligatoriamente essere contattati entro la prima settimana ed incontrati nelle tre settimane successive. Questo comporta che alcuni gestori, pressati dalla quotidianità, non potendo contattare tutti i clienti in lista ricevano indicazioni di inserire degli appuntamenti anche senza averli concordati con i diretti interessati, questo perché secondo **il mantra aziendale l'80% dei contatti deve trasformarsi in appuntamenti ed il 30% degli stessi deve chiudersi con una vendita**. Evidenziamo inoltre che le tanto celebrate liste contengono sempre gli stessi nominativi, già contattati con precedenti iniziative, con l'ovvia inefficacia dell'azione commerciale. In tutto questo si inseriscono anche alcuni direttori che forniscono disposizioni su come effettuare il colloquio e quali prodotti proporre, mettendo in discussione la professionalità dei colleghi;
- **Settimana del dedichiamoci insieme a:** oltre a quanto indicato sopra si aggiunge, tutti i mesi, quest'altra brillante iniziativa dove vengono focalizzati dei prodotti ed indicati alle filiali gli obiettivi da raggiungere in una settimana (indipendentemente dal raggiungimento del budget commerciale trimestrale) con l'indicazione / imposizione che non devono esistere "filiali a zero". Ciò comporta ulteriori tensioni in filiale: i prodotti inseriti nella settimana del "dedichiamoci insieme a" vengono venduti prevalentemente nel periodo previsto (indipendentemente dalle esigenze o richieste della clientela). Spesso viene fortemente suggerito di offrire offerte e sconti o, addirittura, di sottoscriverli in proprio (per se stessi o per parenti) pur di togliere i famigerati zeri dalla classifica;
- **Giornate dedicate a singoli prodotti:** da alcune settimane è stata introdotta un'altra modalità di interazione commerciale dedicando delle giornate a singoli prodotti. In dette giornate bisogna tentare di vendere quanti più pezzi possibili del prodotto target (anche in quest'occasione il mantra è "nessuna filiale a zero") con pesanti ripercussioni sulla serenità dell'ambiente lavorativo a discapito delle altre attività giornaliere;



PRESSIONI COMMERCIALI ... TEMPO SCADUTO!!!

- **Specifica iniziativa sulle carte:** i gestori, tramite riunioni lynch con il Direttore Regionale e il Direttore Commerciale, sono stati incaricati di dare una forte spinta alla proposizione di carte. Anche quest'iniziativa è monitorata in maniera mortificante. Ogni settimana i citati gestori, assieme al direttore che, come noto "avanzano" tempo libero, effettuano una riunione lynch con il Direttore d'Area raccontando quante carte hanno venduto ed in che modo;
- **Valore Netto Produzione:** che ha una visibilità giornaliera, è diventato più importante del conto economico, la cui visibilità è invece mensile; ciò ha portato ad una serie di iniziative tese a supportare le filiali non in linea con il relativo budget. Dette filiali godono, a seconda della grandezza, del supporto del Direttore Regionale, dei Direttori Commerciali e dei Direttori d'Area. Tutto bene nella teoria, nella pratica le cose sono assai diverse: ci sono Direttori commerciali che, abitualmente, telefonano a direttori di filiale richiedendo dati della produzione giornaliera in modo perentorio e fissando obiettivi indiscutibili, anziché fornire suggerimenti commerciali. Non ci vuole una grossa immaginazione per capire a che tipo di pressione siano sottoposti i Direttori ed il personale della filiale;
- **Report:** nonostante l'Azienda si sia impegnata, a livello locale, a limitare la produzione di report giornalieri, le Funzioni commerciali continuano a chiedere e creare file ad hoc, per aggirare tali indicazioni (ma l'Azienda ne è a conoscenza??);
- **Direttori di filiale;** oltre a tutte le pressioni su indicate, alle responsabilità ed impegni connessi al ruolo, si sta chiedendo ai direttori di filiale di effettuare le telefonate relative alle famose liste, di collocare personalmente e quotidianamente 10.000 euro di prodotti, di essere reperibili sul cellulare anche al di fuori del normale orario di lavoro ed anche durante i periodi di ferie e/o malattia.

Ribadiamo che la misura è colma ed è necessaria un'immediata inversione di tendenza per riportare serenità nell'ambiente lavorativo.

Per questo motivo le OO.SS. convocheranno un ciclo di assemblee per valutare insieme ai lavoratori le iniziative da intraprendere.

Roma, 11 ottobre 2017

**Coordinamento Area Roma Intesa Sanpaolo
FABI – FIRST/CISL – FISAC/CGIL – UILCA - UNISIN**