



## Rappresentanze Sindacali Aziendali – Reggio Calabria

### MA E' METODO COMMERCIALE O STALKING?

stalking (sost.) *Insieme di comportamenti persecutori ripetuti e intrusivi, come molestie, telefonate o attenzioni indesiderate, tenuti da una persona nei confronti della propria vittima.*

E' sicuramente un paragone un po' forte, ma se ci pensate bene non siamo al limite dello stalking quando si perseguitano i clienti con telefonate preventive, sms di conferma, telefonate successive se non si sono presentati agli appuntamenti che più che proposti abbiamo loro imposto?

E quanto c'è di commerciale nel fissare tutti gli appuntamenti del mese nella prima settimana: *"Salve è libero dopo Pasqua? Quando? Va bene il 28 alle 16?"*. Siamo convinti che in questa banca ci siano professionalità che, se lasciate esprimere liberamente, porterebbero dei risultati migliori senza esasperare i clienti.

E non siamo al limite dello stalking se si costringono i colleghi a telefonare sempre alle stesse persone, anche a quelle che lo scorso mese ti hanno detto: *"non chiamatemi mentre sto lavorando"* o a quelle che ti hanno detto: *"non chiamatemi più"* o addirittura a quelle che ormai ti sbattono il telefono in faccia?

Si rischia di perdere relazioni positive faticosamente costruite, e che i clienti comincino a paragonarci agli operatori di call center, che ti chiamano più volte e a tutte le ore del giorno e della sera per proporti prodotti che a volte nemmeno ti interessano.

E non è forse stalking bello e buono se alcuni direttori girano ogni sera con un foglietto in mano per sapere quali prodotti hai collocato, e se non ne hai venduti abbastanza ti guardano con sufficienza e quasi con disprezzo?

Ed è una giusta leva motivazionale abbassare le note di qualifica al personale stressato e vessato da discutibili metodiche commerciali, per dimostrare che se la filiale non ha raggiunto tutti gli obiettivi la colpa è della squadra che fa schifo?

Le OO.SS. sono le prime a volere che le Filiali abbiano un futuro e che continuino ad essere produttive, ma siamo convinti che affidarsi a un metodo commerciale calato dall'alto diventi controproducente, se non tiene conto delle specificità e del valore della relazione che nel tempo abbiamo saputo costruire con la clientela, e quando anziché esaltare mortifica le elevate professionalità esistenti nella Rete, quelle stesse professionalità che l'azienda non perde occasione di considerare come il suo asset più prezioso.

Come si fa a ritenere valido un metodo che impone e prevede continue e frenetiche riunioni via lync, interrompendo tutto ciò che si sta facendo, come si faceva in tempo di guerra al suono delle sirene che preavvisavano l'inizio dei bombardamenti, solo per ascoltare mentori illuminati, incuranti del fatto che magari quello è giorno di pagamento delle pensioni?

Siamo convinti che la disumanità con cui vengono trattati tanti colleghi delle filiali non paghi, e che sia necessario invertire la rotta al più presto se si vuole costruire valore che sia sostenibile del tempo. Ma se continuiamo a considerare il personale e la clientela come risorse da spremere non ci potrà essere alcun futuro neppure per il primo gruppo bancario italiano.