



Pressioni Commerciali ormai un malessere psico-fisico

Da qualche anno il ruolo del consulente finanziario ha subito una profonda trasformazione ponendolo al "centro della strategia speculativa" dell'azienda.

Se da un lato direttive come la Mifid II fissano rigidi paletti nella vendita di prodotti finanziari alla clientela, dall'altro le pressioni commerciali si sono decuplicate proporzionalmente alle restrizioni normative e all'esigenza, ovvia, di incrementare ricavi.

Il tutto ha generato però una profonda contraddizione.

Infatti, mentre la maggior parte dei clienti continuano a chiedere capitale e interesse garantiti e senza rischi, i quadri e i vertici aziendali spingono gli Scf a diversificare la vendita attraverso la proposizione di prodotti non garantiti volti a generare maggiori profitti per l'azienda.

Con questa nuova visione/strategia si rischia di perdere ciò che Poste ha di più prezioso: la **FIDUCIA dei CLIENTI!!!**

La logica del profitto a tutti i costi, sta snaturando per il ruolo del consulente, trasformatosi da consigliere nell'interesse del cliente a venditore di prodotti rischiosi e poco chiari (anche per il consulente stesso) per conto di un'azienda che cambia giornalmente le priorità.

Purtuttavia, la nostra vuole essere una considerazione, consapevole che le strategie di vendita sono di competenza del gruppo dirigente dell'azienda e che questa è la strategia condivisa dagli azionisti!

Ma la conseguenza e le ricadute di nuovi "metodi" per raggiungere stratosferici obiettivi, stanno minando un altro patrimonio aziendale. I lavoratori!

Esattamente quei lavoratori di Poste Italiane che giornalmente ci mettono la faccia e che sono costretti a dividersi tra pressioni aziendali e tutela dell'interesse del cliente.

Il metodo di lavoro imposto ai consulenti, prevede 5 appuntamenti al giorno con comunicazioni di previsione di vendita e due profilazioni mifid di nuovi clienti, ricavati da campagne commerciali e liste clienti trite e ritrite riproposte ogni due settimane sempre con gli stessi nominativi. Invece di un utile briefing settimanale i Consulenti e i Dup ricevono svariate telefonate e sms inutili e vessatori, mortificanti per la dignità del lavoratore e ai limiti del ridicolo, perché richiamano un concetto di "squadra" che non esiste più nei luoghi di lavoro.

Adesso siamo arrivati anche ai "gruppi Whatsapp", nei quali in tempo reale si vuole sapere "se e che tipo" di vendita è stata fatta.

I migliori clienti degli uffici, invece di essere distribuiti equamente tra i consulenti, sono stati "portafogliati" e dati ad alcuni colleghi piuttosto che ad altri provocando astio e acredine tra lavoratori.

Ormai è divenuta una "guerra lavorativa" tra consulenti per "accaparrarsi" i migliori clienti.

I colleghi sono stati messi gli uni contro gli altri con obiettivi personalizzati, classifiche giornaliere, e premi ad personam, che ricompensano spesso la fedeltà invece del merito.

Le piattaforme CRM e NFEC, nate come strumento per digitalizzare la gestione degli appuntamenti e per gestire al meglio i patrimoni dei clienti, si sono trasformate in strumenti di controllo aziendale sui dipendenti e utilizzati come prove per eventuali contestazioni.

È chiaro a tutti, che gli strumenti forniti dall'azienda, non permettono di raggiungere i risultati richiesti, ma la colpa è addossata sempre ed esclusivamente al consulente e al dup che non li striglia a dovere.

Il tutto condito da continue classifiche tra gli up che un giorno sono un esempio da seguire, il giorno dopo gli ultimi reietti della filiale.

In questo clima vergognoso, la priorità è "non chiudere la giornata a Zero", come se il valore di un consulente si misurasse solo dalla quantità e se è questa è "zero" il consulente non vale niente e non sa fare il proprio lavoro.

Dall'Area territoriale, arrivano settimanalmente nuovi "consigli" e direttive su: gestione clienti, nuovi prodotti da proporre, appuntamenti minimi giornalieri, numero profilazioni clienti, focus finanziamenti e cessioni del quinto, priorità ramo vita, priorità protezione e previdenza, eccesso liquidità clienti etc.

I Consulenti ed i mestieri che ruotano attorno al settore commerciale, sono stanchi di ricevere direttive, da chi non ha la minima idea di come queste debbano applicarsi, e si interrogano seriamente se valga la pena continuare nel ruolo.

Il fatto che giornalmente ci arrivano decine di richieste di lasciare il "mondo commerciale", sono la risposta al serio, anzi preoccupante problema.

Chiediamo ai capi, di dare l'esempio e con la loro esperienza approfondire personalmente quello che chiedono ai consulenti. Chiediamo inoltre, di condividere le strategie che considerano vincenti, ma nell'interesse del cliente il quale deve essere "al centro" della trattativa, attraverso la proposizione e la vendita dei prodotti più consoni alla sua esigenza.

"Questa continua offesa nei confronti della categoria deve cessare!"

Solo con l'esempio e la condivisione, accorciando le distanze tra colleghi in un clima di rispetto reciproco e collaborazione si può portare avanti l'interesse del Cliente, del Lavoratore e dell'Azienda.

Infine invitiamo la dirigenza a rispettare la vita privata dei lavoratori, la loro privacy, la salute !