

MERCATO PRIVATI

Commerciale di Filiale:
Rafforzamento presidio commerciale UP
non complessi

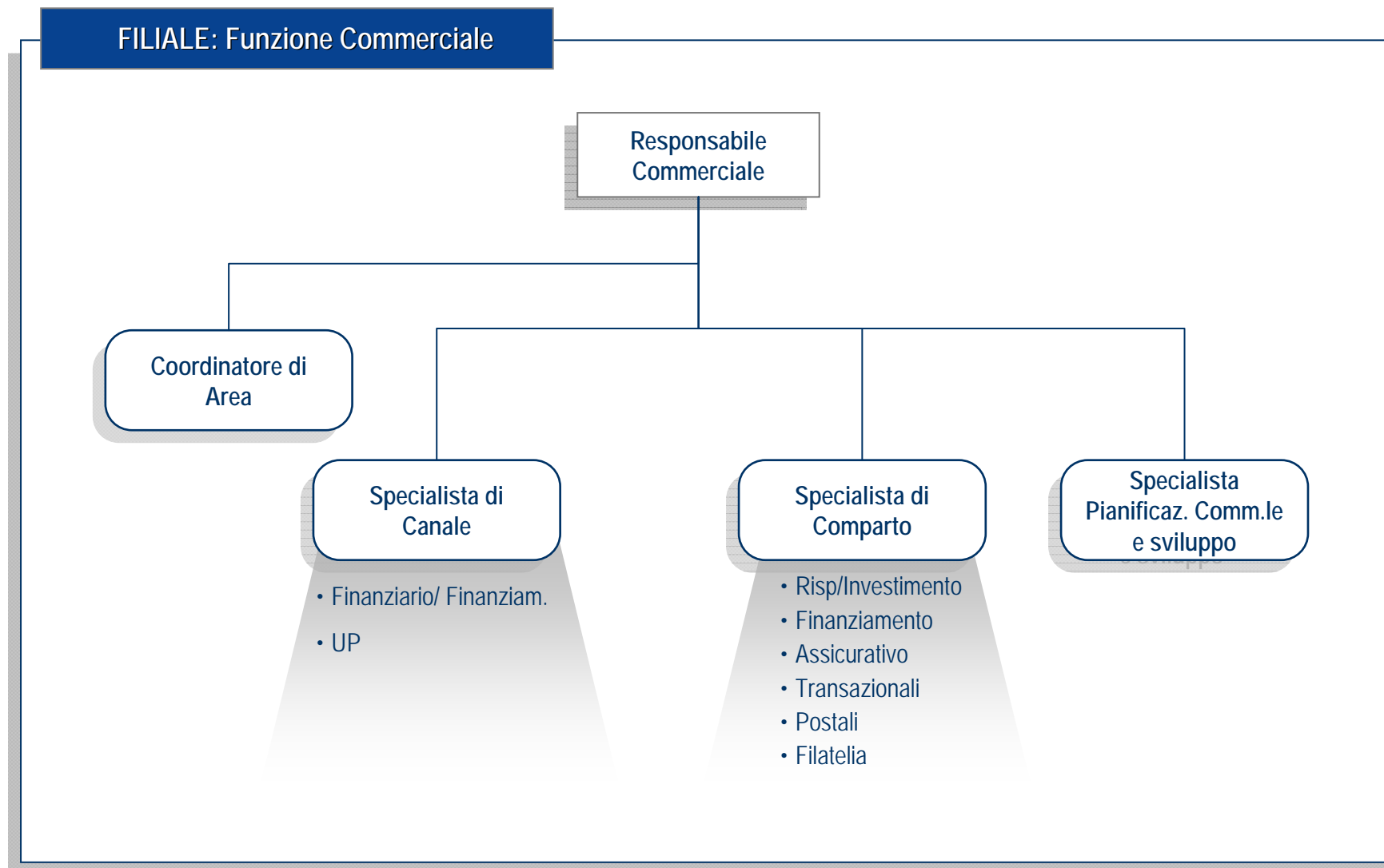
Giugno 2010



Come noto, l'attuale modello organizzativo della Funzione Commerciale di Filiale prevede:

- ➔ una supervisione/coordinamento commerciale da parte del Responsabile e dei Coordinatori di area;
- ➔ un riferimento per le attività relative alla pianificazione e al monitoraggio (Specialista Pianificazione Commerciale e sviluppo);
- ➔ un supporto specialistico agli UP, articolato in una struttura a matrice in base a cui si interfacciano con gli UP, secondo i propri ambiti di competenza :
 - Specialisti Metodologie di Canale che garantiscono la corretta implementazione delle metodologie sui canali di riferimento, supportando le risorse dell'UP nel coerente utilizzo degli strumenti, degli standard e delle tecniche di vendita specifiche;
 - Specialisti di Comparto che garantiscono l'addestramento specialistico delle risorse dell'UP sulle famiglie di prodotti/servizi di riferimento, curando altresì la vendita diretta presso gli UP dei prodotti di propria competenza





- ➔ In relazione alle famiglie di prodotti/servizi di propria competenza, gli Specialisti di Comparto si rivolgono a tutti gli UP della Filiale

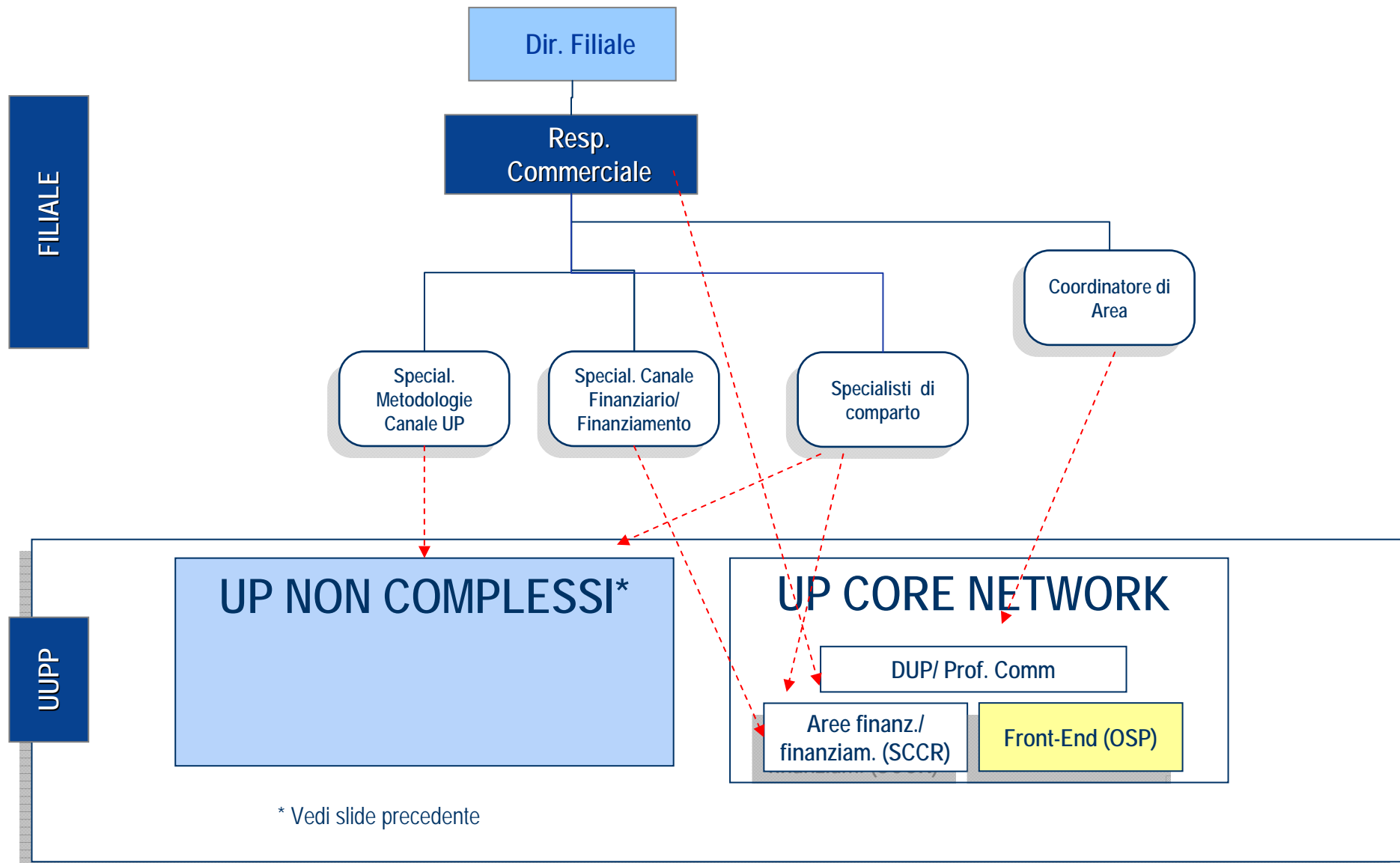
- ➔ gli Specialisti Metodologie di Canale si rivolgono:
 - Al canale finanziario/finanziamento, per tutti gli UP in cui è presente un'Area Prodotti Finanziari o un'APF – Finanziamento.
 - Al canale UP, per tutti gli UP non complessi ("Presidio", "Servizio", "Standard bassi" e UP Polo delle ZSM)*.

* Il riferimento per gli UP complessi è lo Specialista Canale Front End della funzione Operazioni di Filiale



Mercato Privati

Posteitaliane



* Vedi slide precedente

-----> Interazione



Mercato Privati



Da Specialista Metodologie a SPECIALISTA CANALE UP:

Attività presidiate:

- trasferimento delle competenze sulle metodologie, gli strumenti e le tecniche di vendita di canale, attraverso l'addestramento tecnico specialistico e l'affiancamento on the job alle risorse dell'UP
- monitoraggio e supporto ai 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
- supporto alle risorse dell'UP nella gestione delle trattative complesse



L'organico a tendere prevede complessivamente **207 Specialisti Canale UP**

ATMP	Specialista Canale UP AS IS	ORGANICO A TENDERE	DELTA
CENTRO	9	28	19
CENTRO 1	5	25	20
CENTRO NORD	4	17	13
LOMBARDIA	14	27	13
NORD EST	12	34	22
NORD OVEST	11	39	28
SUD	4	23	19
SUD 1	4	8	4
SICILIA	0	6	6
Totale Italia	63	207	144



Mercato Privati

Posteitaliane

Figure Commerciali UP

- DUP
- SCCR (per UP con APF/APF-F)



Figure Commerciali Filiale

- Specialista Canale Finanziario/Finanziamento (per UP con APF/APF-F)
- Specialista di Comparto

- DUP



- Specialista Canale UP
- Specialista di Comparto

-----> Interazione



Mercato Privati



Al fine di focalizzare l'attenzione delle figure specialistiche che operano sugli UP servizio e presidio si ritiene necessario il superamento della figura professionale dell' SCCR itinerante.

Le risorse attualmente assegnate su tale figura professionale saranno in parte destinate al rafforzamento degli Specialisti Canale UP, in parte alle attività di SCCR negli UP con APF e APF-F.

