



Politiche commerciali di Poste:

“MENO telefonate, chat, sms, Teams, PIU’ sale consulenze”

Ci risiamo! Lo avevamo immaginato e preventivato: l’Azienda vuole recuperare in fretta i ricavi parzialmente persi durante il lockdown e nei mesi successivi. Pigiare a fondo sull’acceleratore può tradursi in un recupero immediato ma, sicuramente nel tempo, creerà molte difficoltà che non auspichiamo.

Cosa dobbiamo aspettarci per i prossimi mesi? Obiettivi triplicati e impossibili da raggiungere?

L’emergenza sanitaria sta coinvolgendo tutto il mondo, affossando le economie più solide, producendo anche nel nostro Paese un dramma sanitario e socio/economico, nonostante questo, invece in Poste Italiane, constatiamo che si raddoppiano gli obiettivi commerciali, come se la loro clientela, soprattutto al Sud non fosse toccata da chiusura di attività commerciali, licenziamenti, e quindi nella piena possibilità di investire i propri risparmi e chiedere finanziamenti.

L’asticella della pressione commerciale si è spostata eccessivamente, troppo in alto, ha prodotto inevitabilmente un livello di tensione non più accettabile. **Tutti, siamo consapevoli che in momenti difficili dobbiamo fare il massimo e dare di più, ma così non è possibile andare avanti.**

Noi comunque, continuiamo a consigliare ai lavoratori che la vendita ad “ogni costo” ha un rischio. **ETICA, RIBADIAMO, oltre che enunciata deve essere praticata ed ogni “eventuale forzatura” deve essere denunciata a garanzia del posto di lavoro di chi vende.** È controproducente ricevere quotidianamente decine di telefonate, sms, mail, messaggi su chat private (in alcuni casi), per sapere quanti appuntamenti sono presenti in agenda, cosa si è fatto, perché il cliente non ha voluto fare quel prodotto o perché non si è presentato, ecc..

Dup, Specialisti, sono più in video-conferenze (c.d. TEAMS) che dedicati alla vendita. Questi incontri in video si riducono solo e principalmente ad una martellante richiesta di raggiungimento di obiettivi, mentre sarebbe auspicabile utilizzare le c.d. teams per fare i corsi di formazione dato che al momento per via del distanziamento sociale e delle norme di sicurezza sulla salute le aule formative in filiale sono sospese. Lo riaffermiamo, **la formazione professionale, dato il periodo che stiamo attraversando, deve essere svolta in modalità remota, c.d. smart-working.** La centralità del cliente, di soddisfare i bisogni e le esigenze secondo etica, che Poste Italiane ha ad oggi, grazie al lavoro e al rapporto di fiducia instaurato lungo tutti questi anni con l’utenza, ha una sua credibilità.

Fiducia e credibilità, costruita nel tempo. Dobbiamo, invece consolidare il rapporto di fiducia con il nostro cliente, perché noi viviamo di clienti, non passeggeri! La fiducia degli italiani è stata sempre corrisposta perché la nostra Azienda ha saputo coniugare nella sua storia e fino ad oggi, gli interessi del cliente, in primis, con quelli dell’azienda. Se ancora oggi i clienti italiani preferiscono Poste e continuano a spostare i loro risparmi è perché l’Azienda rappresenta la sicurezza dei propri investimenti. Lavoriamo con metodo, non tutto e subito, (come agisce la concorrenza) noi abbiamo bisogno di continuare a costruire con solidità per dare ai lavoratori di Poste e a questa nostra amata Azienda quello che realmente merita, solidità. Basta con queste “inutili ripetizioni giornaliere” che ricordano i banchi di scuola, non serve a nessuno ripeterlo costantemente.

Invece, - riteniamo- per incrementare la vendita e i ricavi, consigliamo di riaprire gli uffici postali e aumentare notevolmente il numero di sale consulenze che potrebbero, quello sì, essere un’opportunità per Poste italiane.

Formazione, apertura uffici postali e nuove sale sono una garanzia di ricavi.