

Il personale “grandi clienti” deve produrre.... di più Possibili verifiche con telefonate ai clienti!!

Ancora una volta siamo costretti a denunciare la pressione che qualche Dirigente Aziendale, sta attuando sul territorio bresciano, in particolare con il personale che segue i grandi clienti.

Oltre alla compilazione del report giornaliero previsto dal sistema informatico di Poste Italiane (CRM), questi colleghi, come peraltro quelli delle sale consulenze degli uffici tradizionali, devono rendicontare, attraverso un secondo file, il numero di clienti contattati, visitati, incontrati ecc. nel corso della giornata lavorativa.

L'assurdo è che questi colleghi, pur conoscendo i loro clienti, devono adoperarsi nel proporre prodotti, stabiliti a livello nazionale con apposite campagne, consapevoli che gli stessi non potranno mai interessare tali professionisti proprio per le peculiarità e le caratteristiche delle loro aziende, ditte, studi/attività commerciali ecc..

I contatti con questi clienti vanno comunque segnalati in quanto necessari e indispensabili per dimostrare che il cliente è stato contattato, specificando le modalità in cui si è svolto l'incontro, indicando la data e il luogo (stabilimento/ditta/ufficio) in cui ciò è avvenuto, evidenziare l'eventuale rifiuto dell'appuntamento, comunicare la possibilità/disponibilità a riprogrammarlo.

A questo lavoro certosino da parte di questi colleghi bisogna poi aggiungere quello che viene definito: “**scouting**” (*tecnica di orientamento per ricercare nuovi clienti*) in aggiunta agli appuntamenti giornalieri (minimo 15 settimanali) già previsti da un apposito calendario aziendale.

A seguito della modifica organizzativa Aziendale questi colleghi devono, inoltre, recuperare eventuali appuntamenti rinviati per problemi imputabili al personale ma anche agli stessi clienti; inserire nell'agenda (CRM) i nuovi clienti, prestare la massima attenzione affinché dalle possibili telefonate/interviste che l'Azienda potrebbe effettuare per controllarli, emerga “**sempre e comunque**” una soddisfazione del cliente e non invece proteste, insoddisfazione, tariffe inadeguate e non concorrenziali, lungaggini burocratiche, disservizi, ecc.!!!!

Ancora una volta denunciemo una mancanza di fiducia da parte dei Dirigenti Aziendali, nei confronti della categoria del personale addetto alla vendita. Condanniamo le eventuali verifiche che l'Azienda potrebbe attuare contattando direttamente i clienti con un conseguente segnale di “inaffidabilità”, una mancanza di “credibilità”, un controllo “a distanza” ecc. dei propri dipendenti.

Ci chiediamo se questa strategia, sia propedeutica, ma soprattutto foriera di un rilancio positivo e augurabile in un settore fortemente in crisi, come quello del mondo impresa e non la solita dimostrazione di incapacità gestionale Aziendale.

La Segreteria Provinciale Brescia

c.i.p. 09/06/2014