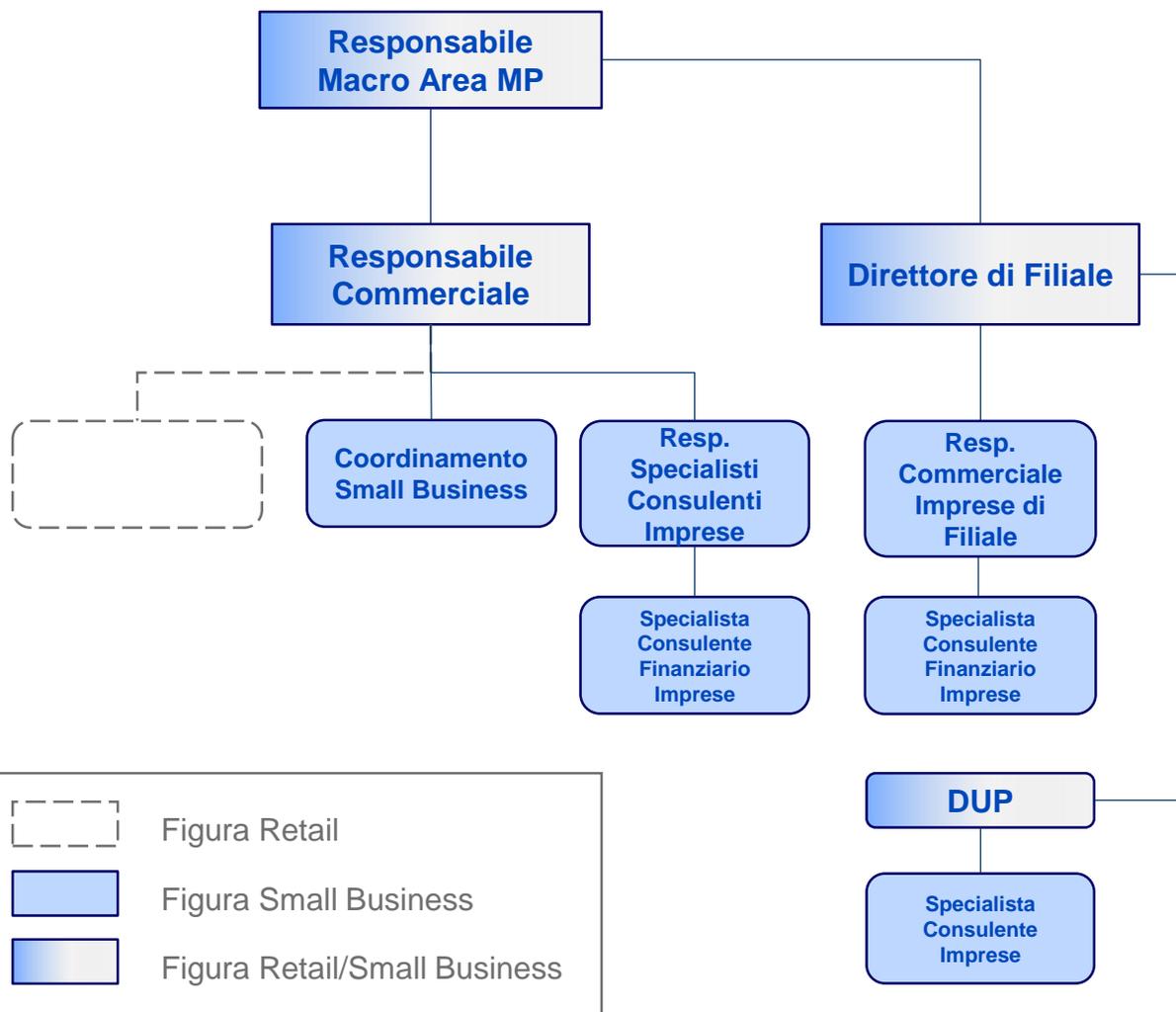


EVOLUZIONE MODELLO DI VENDITA CANALE SMALL BUSINESS

Incontro OOSS - 5 settembre 2019

L'ATTUALE ORGANIZZAZIONE DEL CANALE SMALL BUSINESS

MODELLO DI FUNZIONAMENTO



Cliente Small Business:

In Posteitaliane, per Cliente Small Business, si intende un'impresa:

- ✓ con fatturato **inferiore a 1 Milione di euro** ovvero
- ✓ con **meno di 10 Addetti**.

Il cluster è principalmente rappresentato da **Ditte Individuali e Liberi Professionisti**, che ad oggi conta circa **700.000 clienti**.

SCFI:

Specialisti dedicati ai prodotti finanziari, per la proposizione **Fuori Sede**, in ottemperanza ad una direttiva di Banca d'Italia. Allocato organizzativamente in Macro Area/Filiale

SCI:

Specialista generalista per la proposizione e vendita in UP di tutti i Prodotti (**Finanziario e Posta&Pacchi**). Non gli è consentita la proposizione dei prodotti finanziari **Fuori Sede**

RSCI/RCIF:

Responsabili degli Specialisti secondo un **modello ibrido** di coordinamento, con RSCI in MA e RCIF in Filiale, sulla base dello *span of control* degli specialisti gestiti

SPECIALIZZAZIONE DELLA RETE DI VENDITA PER COMPARTO (FINANZIARIO E POSTALE) IN RELAZIONE ALLA POLARIZZAZIONE DELLA DOMANDA E COME FATTORE DI INCREMENTO DELL'EFFICACIA DI VENDITA

- *Da modello di competenze generalista a specialistico (finanziario vs posta e pacchi)*

MODELLO DI VENDITA MOBILE: DA UP A ZONA COMMERCIALE

- *Copertura degli oltre 4.000 UP MIFID con sala*
- *Massimizzazione delle sinergie per instradare sul canale più adeguato clienti con caratteristiche small business*

SEMPLIFICAZIONE DELL'ORGANIZZAZIONE

- *Convergenza dell'organizzazione gerarchica con quella funzionale*
- *Riduzione delle disomogeneità in termini di allocazione organizzativa e geografica (figure di vendita e coordinamento posizionate su UP, Filiale e MA) a garanzia di un miglior presidio della rete*

MAGGIOR ADERENZA AI VINCOLI REGOLAMENTARI

EMERSIONE DEL TARGET DEI CLIENTI SMALL BUSINESS IN UP

L'evoluzione del modello organizzativo, congiuntamente a nuovi sviluppi informatici sugli strumenti già in uso negli UP, aumenta le opportunità di riconoscimento di potenziali clienti **Small Business**



Analisi dei comportamenti di acquisto e fruizione dei servizi di Poste Italiane (es. numerosità di bonifici in ingresso e uscita da un CC) consente di assegnare ai Clienti Retail una **probabilità di assimilabilità** con un soggetto giuridico



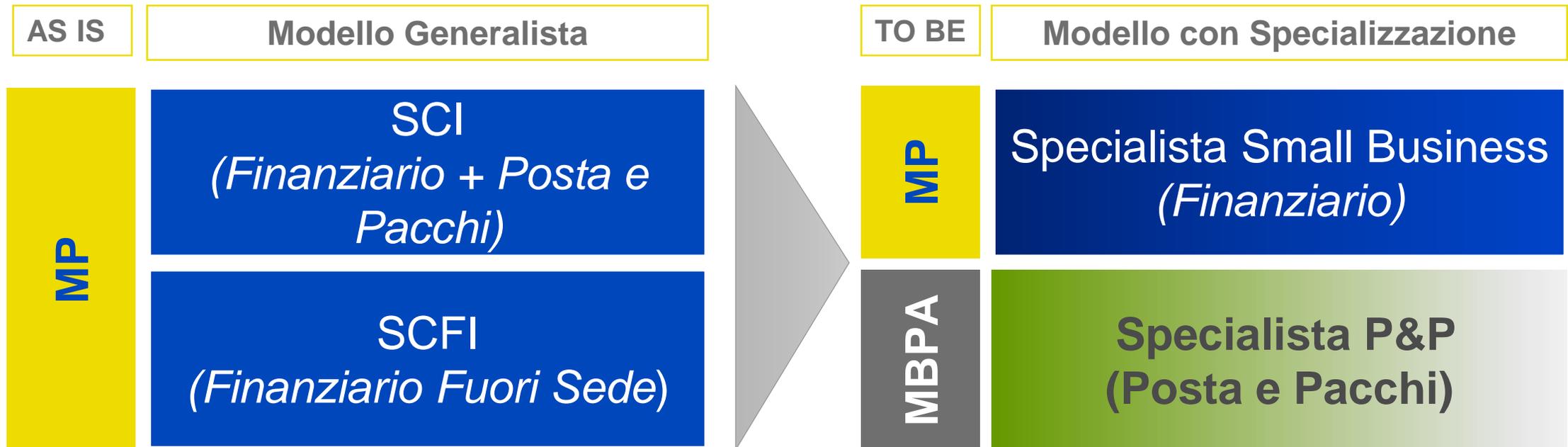
Fruizione dell'informazione nei punti di contatto fisico dell'UP, come ad es. SDP e Nuovo Gestore Attese, per favorire l'intercettazione e l'identificazione dei clienti cui esporre l'offerta dei prodotti/servizi disponibili

L'EVOLUZIONE DEL MODELLO

OFFERTA, SEPARAZIONE DELLE RESPONSABILITÀ E DEI CANALI

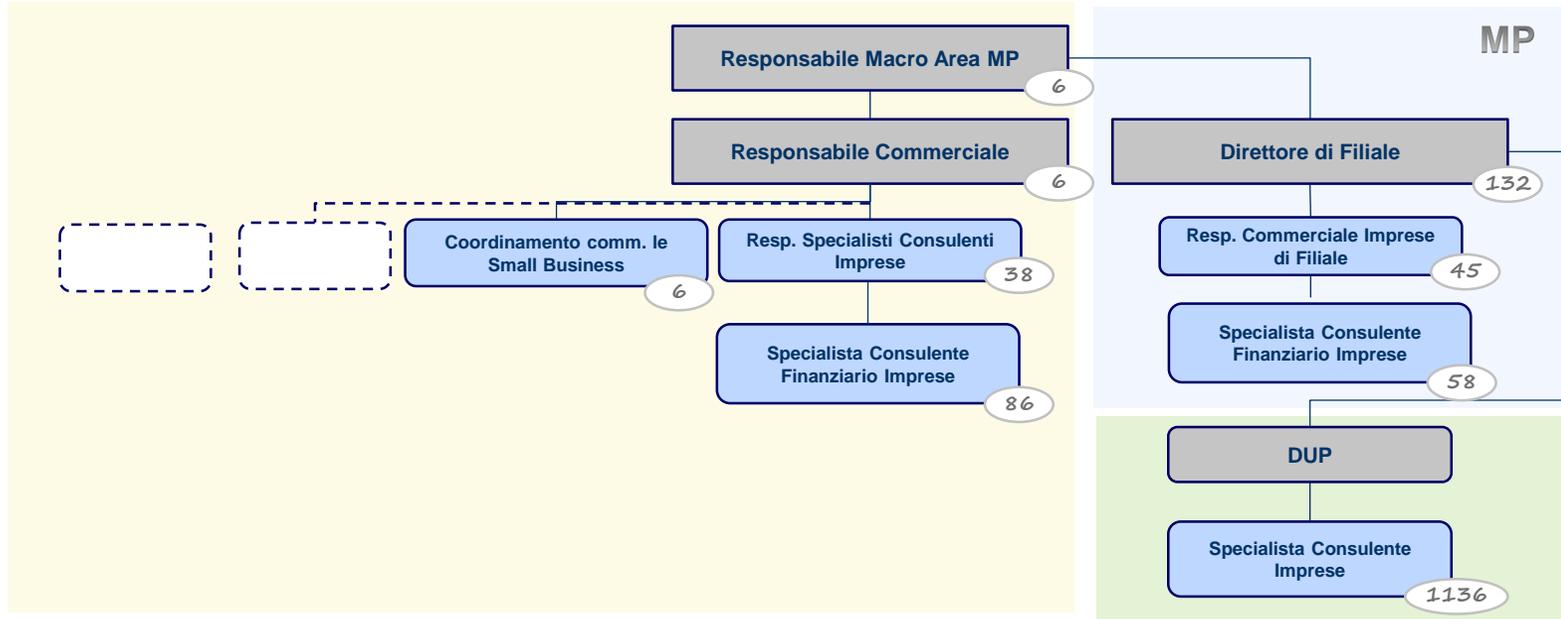
Diversamente da quanto avviene per la **clientela TOP** (in cui solo il **5%** dei clienti ha esigenze specifiche su un unico comparto) , nel segmento Small Business i bisogni dei clienti sono polarizzati rispetto ai prodotti finanziari (es: esercizi commerciali per cc/pos; condomini per cc per incasso bollettini) e Posta&Pacchi (es: avvocati e ditte manifatturiere): circa il **95%** dei **clienti Small Business**, infatti, possiede o solo prodotti finanziari o solo prodotti Posta&Pacchi.

La specializzazione della domanda suggerisce una specializzazione della rete di vendita



FOCUS SULL'EVOLUZIONE COMMERCIALE SMALL BUSINESS

AS IS



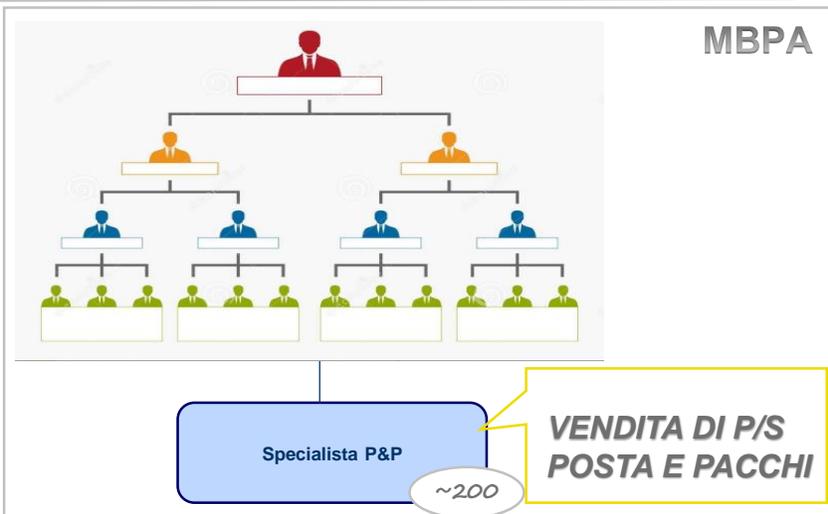
DRIVER del Nuovo Modello di Servizio Small Business

- ✓ Specializzazione della forza vendita su comparti: in **MP su comparto finanziario**; in **MBPA su comparto posta e pacchi**
- ✓ Allocazione organizzativa di tutti gli SSB in Filiale secondo un modello di zona "SCM like", allocati operativamente in UP
- ✓ Proposizione e Vendita Finanziaria Fuori Sede
- ✓ Responsabile Commerciale di Filiale Unico

TO BE

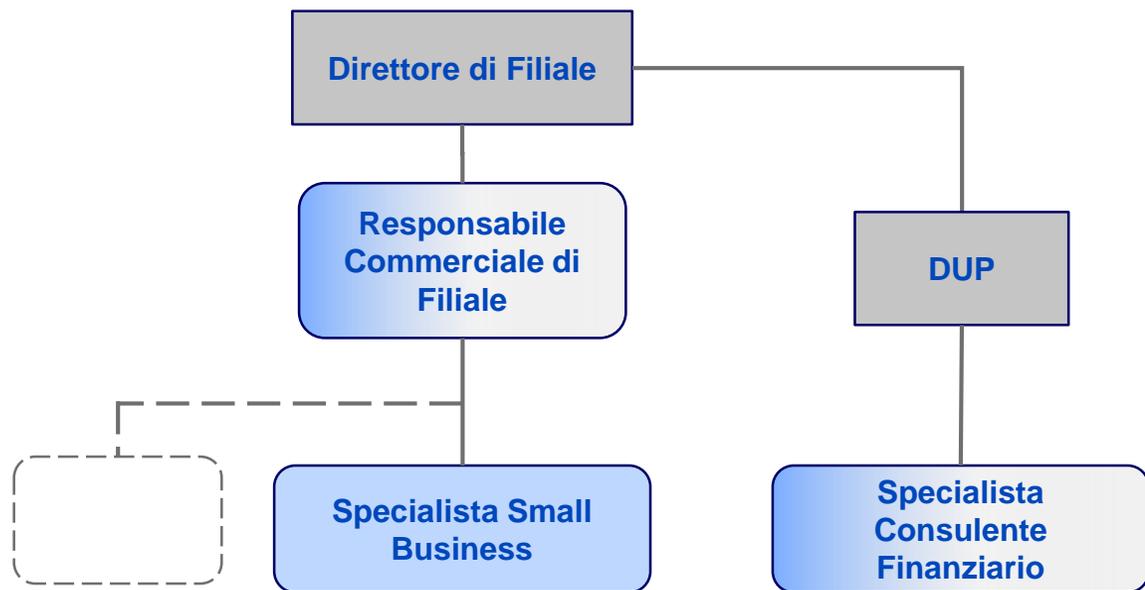


MBPA



NUOVO MODELLO DI SERVIZIO SMALL BUSINESS

FOCUS SU MODELLO DI FUNZIONAMENTO



Il modello prevede il coinvolgimento di:

- **UP con sala** per il presidio reattivo della clientela Small Business con la gestione di bisogni semplici (apertura cc base, cambio firma, ecc..) e segnalazione allo SSB per esigenze più articolate (es. vendita congiunta di due prodotti cc+full aquiring, cc+ pos virtuale).
- **SSB** per il presidio diretto della clientela con esigenze di business più articolate nel proprio PTF

- ✓ Portafoglio a gestione diretta di clienti con bisogni complessi, Actual e Prospect
- ✓ Cogestisce i PTF Small Business degli UP con sala a lui assegnati (c.a 9 UP medi per zona)
- ✓ Abilitato alla Vendita di prodotti Finanziari Fuori Sede, secondo le indicazioni di Banca d'Italia

- ✓ I clienti, con bisogni elementari, sono allocati nel PTF Small Business dell'UP
- ✓ L'UP assolve, reattivamente, all'operazione di apertura, gestione e chiusura di CC, segnalando i clienti con bisogni più complessi allo SSB



DIMENSIONAMENTO E CONSISTENZE

AS IS E TO BE

FIG	DIMENSIONAMENTO FTE	CONSISTENZE FTE
RESP SCI/SCFI	83	72
SCFI	144	123
SCI	1.136	878
TOTALE SCI +SCFI	1.280	1.001
TOTALE	1.363	1.073



NUOVA ORGANIZZAZIONE	SPEC. SMALL BUSINESS	~500
	SPEC. P&P	~ 200
TOTALE		~700