

IL NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO DELLE STRUTTURE COMMERCIALI TERRITORIALI

22 gennaio 2004

LINEE DI CONTESTO

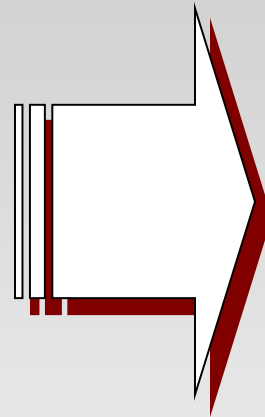
Negli anni passati è stato fatto un vigoroso sforzo per arricchire e diversificare il portafoglio prodotti. L'innovazione del sistema d'offerta dovrà sempre di più procedere partendo da una conoscenza approfondita delle caratteristiche e dei bisogni dei clienti

ORIENTAMENTO AL PRODOTTO

Sviluppare l'offerta per far crescere i ricavi e creare una nuova immagine

FOCUS

Sviluppo e distribuzione dei prodotti



ORIENTAMENTO AL CLIENTE

Consolidare e ampliare la base clienti

FOCUS

Sviluppo della conoscenza del cliente e della customer relation

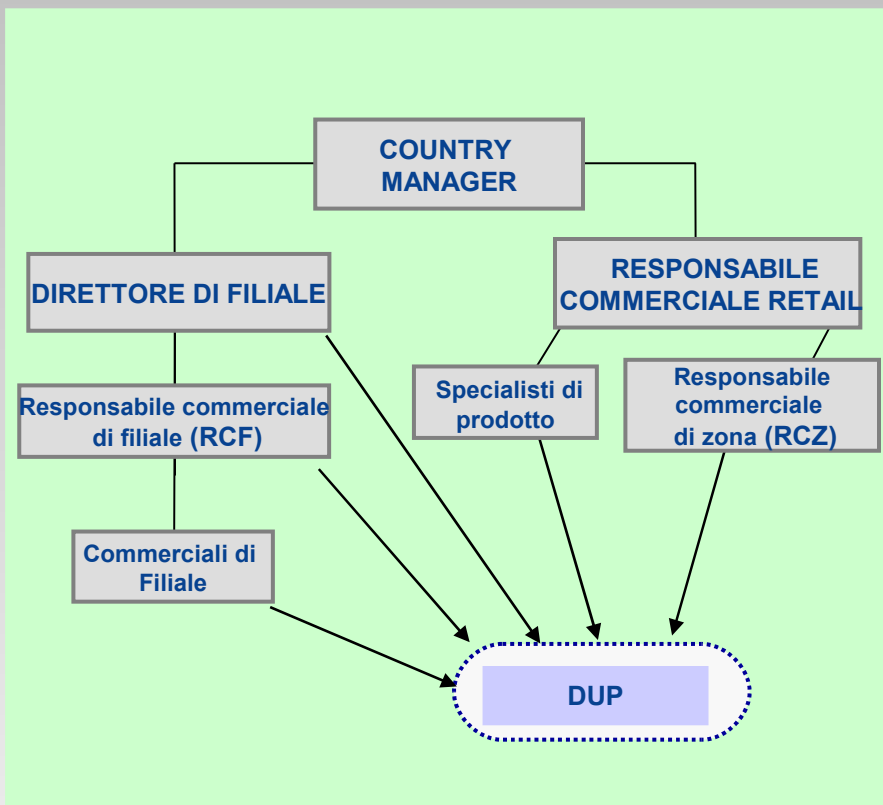
Il modello organizzativo di Poste Italiane è in fase di significativa evoluzione per accompagnare la nuova fase del ciclo di vita aziendale e facilitare il raggiungimento degli obiettivi strategici



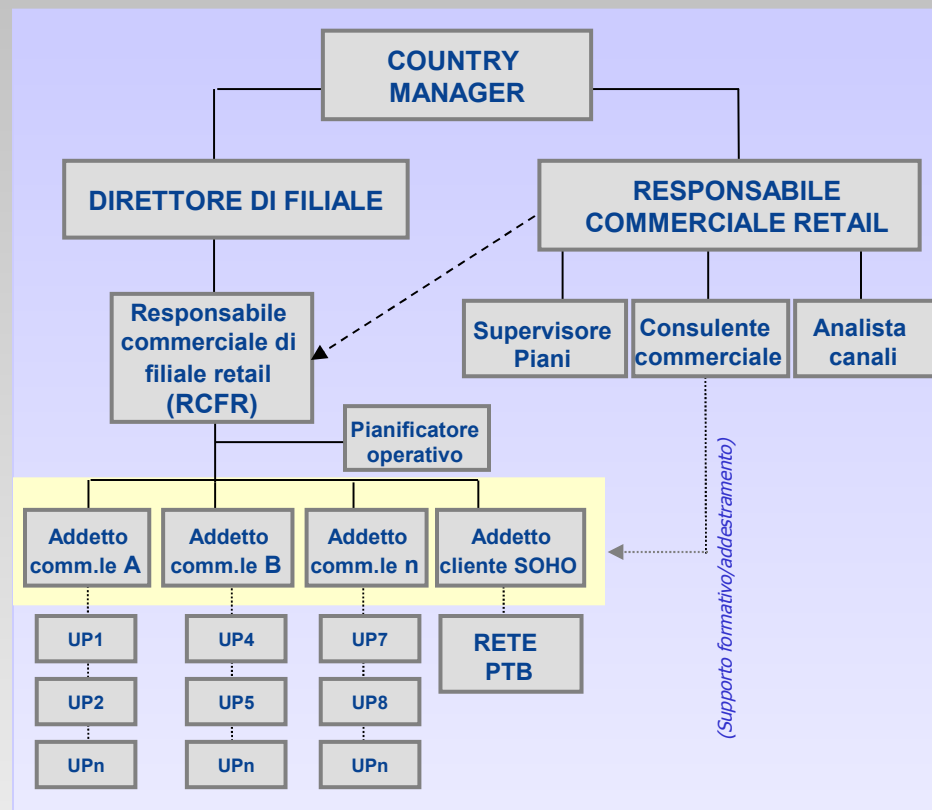
- **Massimizzare la responsabilizzazione del Responsabile Commerciale di Filiale Retail**, attraverso l'assegnazione ad ogni Addetto Commerciale di Zona (ACZ) di un portafoglio di uffici postali da seguire e supportare per il raggiungimento del budget
- **Semplificare e razionalizzare gli input commerciali** forniti ai Dup e al personale degli Up, attraverso l'individuazione di un unico interlocutore rappresentato dall'Addetto Commerciale di Zona
- **Sviluppare il segmento soho** tramite l'individuazione di un addetto commerciale *ad hoc* che segue la rete PT Business e la clientela soho nel suo territorio (Addetto Commerciale Soho)
- **Strutturare la funzione commerciale retail Country** attraverso l'individuazione di figure quali, Consulenti commerciali, Supervisore Piani e Analista Canali, che supportano il Responsabile Commerciale Retail nel dare indirizzo, coordinamento e impulso all'attività commerciale dell'area Country

NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO DELLA DCR

VECCHIA ORGANIZZAZIONE



NUOVA ORGANIZZAZIONE



Problematiche in essere:

- Frammentazione delle responsabilità sul conseguimento degli obiettivi commerciali
- Pluralità di interlocutori commerciali con il DUP ed il personale dell'ufficio postale
- Insufficiente coordinamento dell'azione di supporto all'UP per:

*) Famiglie di prodotto (postali e finanziari)

*) Diversità di canale (uffici SPRINT, sportelleria, PTB)

*) Supporto formativo specialistico e supporto operativo commerciale

Vantaggi:

- Unicità nella responsabilità degli obiettivi del singolo ufficio postale
- Unica e costante interfaccia commerciale al Dup e al personale dell'UP
- Evoluzione del supporto formativo da specialisti di prodotto a focus su cliente/canale

LINEE GUIDA DELLA PROGETTAZIONE ORGANIZZATIVA

1

Assicurare agli operatori di front line un supporto costante nella risoluzione delle criticità relative ai processi commerciali

2

Garantire al Dup e agli operatori di front line un numero ridotto di interlocutori (*input- output*)

3

Aumentare la diffusione delle conoscenze, verso i commerciali di filiale e verso tutti gli operatori di front line, sull'intera gamma di prodotti e sulle caratteristiche dei processi commerciali.

4

Sviluppare le capacità di aumentare le occasioni di contatto con la clientela retail e Soho

5

Rafforzare la capacità di presidiare a livello di Country e di Filiale le attività di pianificazione e monitoraggio delle azioni commerciali

Figure professionali

FIGURE PROFESSIONALI



AMBITO



- ***Supervisore Piani***
- ***Consulente Commerciale***
- ***Analista Canali***

- ***Pianificatore Operativo***
- ***Addetto Commerciale di Zona***
- ***Addetto Clienti SoHo***

COUNTRY

FILIALE

Scopo e caratteristiche generali

Curare la programmazione e il monitoraggio delle attività commerciali territoriali e assicurare la coerenza tra la pianificazione delle azioni commerciali (economica e operativa) e dell'addestramento

Aree di Responsabilità

- Cura la programmazione delle azioni commerciali della Country, in coerenza con le linee guida ed i piani commerciali della Direzione Commerciale Retail
- Assicura il tempestivo monitoraggio degli obiettivi commerciali di Filiale, coordinandosi con il PCG di Country
- Valuta e formula proposte correttive ai piani Commerciali della Country
- Assicura l'integrazione dei piani e delle campagne commerciali con gli interventi formativi condivisi e definiti con Risorse Umane

Scopo e caratteristiche generali

Assicurare la corretta ed omogenea implementazione dell'addestramento sulle famiglie di prodotti/servizi e processi.

Contribuire all'individuazione delle azioni commerciali attraverso l'analisi dei dati e del sistema competitivo

Aree di Responsabilità

- Cura la formazione sulle famiglie di prodotti/servizi di competenza al front end commerciale e agli Addetti Commerciali di Zona
- Fornisce help desk agli Addetti Commerciali di Zona
- Assiste le figure commerciali territoriali nei processi di vendita complessi
- Supporta il responsabile nell'analisi degli andamenti delle vendite relative ai prodotti/servizi di competenza

Scopo e caratteristiche generali

Assicurare la corretta implementazione delle azioni di marketing operativo, contribuendo alla programmazione di azioni commerciali mirate a segmenti specifici di clientela e allo sviluppo del canale

Aree di Responsabilità

- Rileva e analizza i dati relativi al contesto competitivo locale
- Assicura, di concerto con la Direzione Commerciale Retail, l'individuazione delle azioni commerciali mirate a canali e segmenti specifici di clientela
- Interfaccia la Direzione Commerciale Retail e la Filiale al fine di garantire il flusso di informazioni necessarie per lo sviluppo dei canali (apertura/chiusura/riposizionamento Uffici Postali)
- Rileva criticità e suggerisce proposte per sviluppare le sinergie tra i canali della Rete Territoriale

Scopo e caratteristiche generali

Assicurare la programmazione e delle azioni commerciali nelle zone della Filiale in coerenza con l'analisi degli andamenti commerciali di Filiale

Aree di Responsabilità

- Interfaccia il Supervisore Piani di Country per l'implementazione dei piani commerciali e di addestramento condivisi e definiti con Risorse Umane
- Redige il calendario delle visite sulle zone della Filiale di concerto con il Responsabile del Servizio Commerciale di Filiale e gli Addetti Commerciali di Zona
- Assicura la sintesi dei dati commerciali e l'elaborazione di una reportistica al fine di supportare l'intera forza vendite nel riorientamento delle azioni commerciali

Scopo e caratteristiche generali

Assicurare il raggiungimento del budget commerciale di zona attraverso il supporto ai DUP e al personale di front end

Aree di Responsabilità

- Garantisce attraverso visite periodiche agli Uffici Postali della propria zona la risoluzione delle criticità interenti i prodotti/processi commerciali
- Assicura la spinta commerciale e motivazionale ai DUP e agli operatori di front-line, attraverso il monitoraggio e l'analisi delle azioni commerciali intraprese nell'Ufficio Postale
- Supporta gli operatori di front-line nell'acquisizione della conoscenza sui prodotti attraverso affiancamento on the job
- Monitora l'efficacia delle azioni commerciali presso gli Uffici Postali e propone eventuali azioni correttive, di concerto con il Responsabile Commerciale di Filiale
- Fornisce help desk di 1° livello agli operatori di front-line su problematiche commerciali

Scopo e caratteristiche generali

Assicurare lo sviluppo e la fidelizzazione della clientela SoHo attraverso la promozione, il monitoraggio e il supporto del canale e del metodo di competenza

Aree di Responsabilità

- Sviluppa opportunità di vendita diretta e indiretta nel segmento SoHo, veicolando la clientela verso PT Business
- Monitora e supporta i processi commerciali dei PT Business
- Pianifica visite periodiche ai PT Business di propria competenza
- Fornisce help desk di 1° livello