

Evoluzione Commerciale Imprese

Nuovo assetto organizzativo di AT, Filiale e UP

Giugno 2015



Mercato Privati

Posteitaliane

Razionali di Intervento

Superamento rete UPI

Evoluzione della Struttura Commerciale di AT e Filiale

Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti



1 RIDOTTA REDDITIVITA' DEGLI UFFICI POSTALI IMPRESE

La **rete fisica UPI** è caratterizzata da uffici con bassa redditività e da **uffici con margini negativi** che non si sostengono dal punto di vista economico; analisi dimostrano inoltre come il cliente percepisca l'UPI come un servizio accessorio e non come un canale alternativo all'UP (il fatturato infatti diminuisce all'aumentare della distanza dall'UP retail più vicino)

2 PRESENZA DI DUPLICAZIONI NELLA FILIERA DI GOVERNO

Gli **SSM e gli SPI** fanno riferimento a **filiere di governo distinte**, differenziate puramente per un fattore geografico, ma che insistono sullo stesso bacino di clientela (SOHO), con un rischio di difformità nell'implementazione delle politiche commerciali e disorientamento della clientela

3 MANCANZA DEL PRESIDIO DI FILIALE

L'attuale modello organizzativo, **non prevedendo punti di coordinamento in Filiale**, anche in realtà caratterizzate da elevata complessità, appesantisce l'attività di governo delle funzioni di Area Territoriale

4 IMPOSSIBILITA' DI EFFETTUARE PROPOSIZIONE FUORI SEDE

La **normativa Bankitalia** impedisce la proposizione fuori sede di Conti Correnti, data l'assenza di figure specialistiche di prodotto dedicate al mondo Bancoposta, con conseguente perdita di efficacia nello sviluppo della clientela potenziale



1 EVOLUZIONE DELLA RETE IMPRESA

Superamento della rete di Uffici Postali Impresa, che viene trasformata in Retail con presidio sul segmento SOHO, attraverso interventi ad hoc sugli uffici interessati a seconda della rilevanza commerciale/transazionale.

2 CREAZIONE DI UNA CATENA DI COMANDO INTEGRATA

Unificazione delle figure di SSM e SPI e riconduzione della stessa sotto una filiera di governo unitaria e integrata, specializzata sul segmento di clientela Imprese

3 CREAZIONE DI UN PRESIDIO IMPRESA IN FILIALE

Istituzione di una **Funzione Imprese nelle Filiali ad elevata complessità** per il numero di Specialisti, al fine di assicurare un supporto diretto agli stessi e un punto di raccordo tra rete di vendita negli UP e funzione di Area Territoriale

4 INTRODUZIONE DI SPECIALISTI FOCALIZZATI SUI PRODOTTI BANCOPOSTA

Sviluppo della clientela attraverso l'introduzione, a livello di Filiale o di Area Territoriale, di una **figura specialistica focalizzata sui prodotti Bancoposta**, che abiliti alla proposizione fuori sede di conti corrente in adempienza alla normativa Bankitalia



Razionali di Intervento

Superamento rete UPI

Evoluzione della Struttura Commerciale di AT e Filiale

Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti



Focus Evoluzione Rete UPI

TIPO INTERVENTO	N° UP COINVOLTI	RAZIONALI DI INTERVENTO	RICADUTE
1 FUSIONE CON UP ADIACENTE	162	UPI adiacenti a UP retail (stesso edificio)	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimento delle figure specialistiche di vendita (in quantità dipendente dalla nuova portafogliazione) • Mantenimento di un presidio sulla sportelleria impresa (corsia dedicata) • Superamento delle ridondanze nella catena di comando (DUPI e CUPIDT)
2 CONVERSIONE IN RETAIL	71	UPI distanti da altri UP Retail, con livello di redditività e potenziale di mercato non adeguati	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimento delle figure specialistiche di vendita (in quantità dipendente dalla nuova portafogliazione) • Mantenimento di un presidio sulla sportelleria impresa • Possibile ricollocazione del DUPI in DUP retail
3 CHIUSURA	14	UPI distanti da UP retail ed a margine negativo e con bassissima operatività	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimento delle figure specialistiche di vendita (in quantità dipendente dalla nuova portafogliazione) ricollocandole in UP limitrofi con potenziale • Superamento della sportelleria e delle figure di coordinamento e supporto
TOTALE	247		



Mercato Privati

Posteitaliane

• Ricadute rispetto a chiusure e fusioni

AREA TERRITORIALE	1. INTERVENTO			2. RICADUTE				CUPIDT
	CHIUSURA	FUSIONE CON UP ADIACENTE	CONVERSIONE IN UP RETAIL	DUPI				
				A1	A2	B	TOTALE	
CENTRO	1	32	3	23	10	0	33	36
CENTRO 1	1	19	8	13	7	0	20	27
CENTRO NORD	0	17	9	8	8	0	16	23
LOMBARDIA	3	35	12	20	14	1	35	32
NORD EST	3	15	4	12	5	1	18	14
NORD OVEST	3	16	10	12	7	0	19	27
SUD	0	13	7	9	3	0	12	20
SUD 1	2	8	10	4	6	0	10	8
SUD 2	1	7	8	5	3	0	8	16
TOTALE	14	162	71	106	63	2	171	203



Razionali di Intervento

Superamento rete UPI

Evoluzione della Struttura Commerciale di AT e Filiale

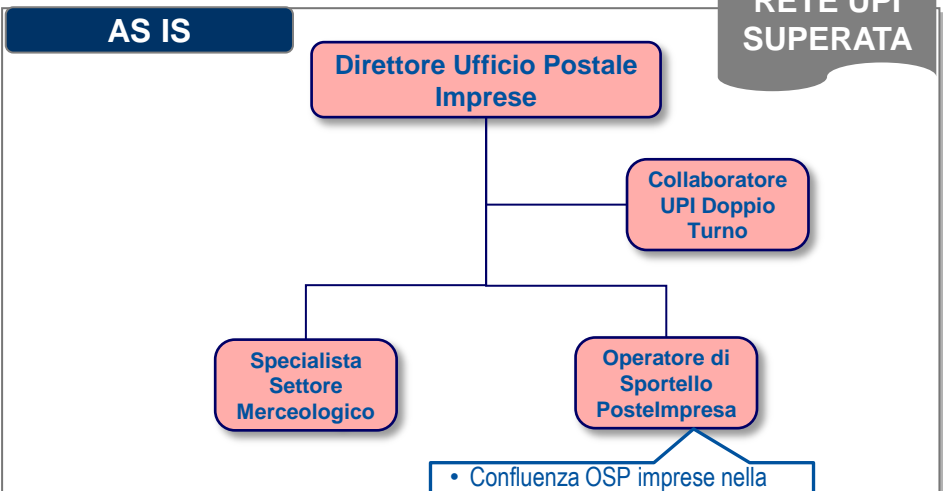
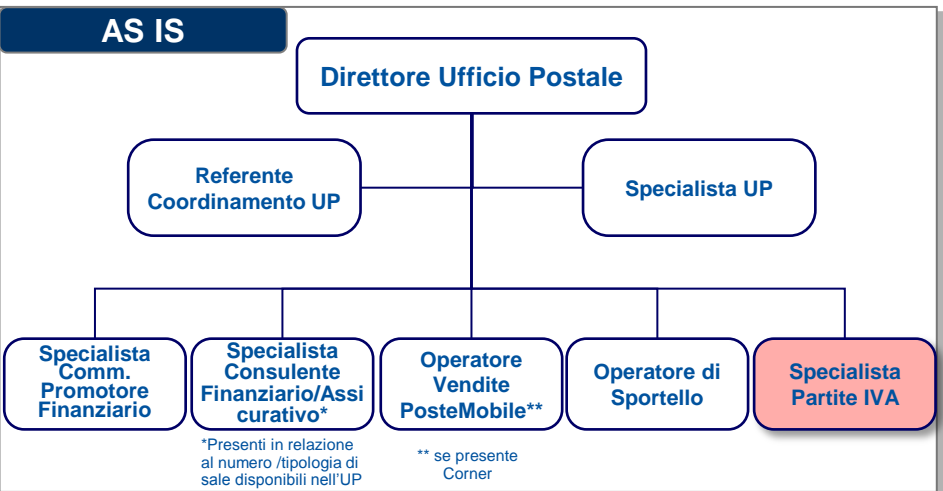
Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti

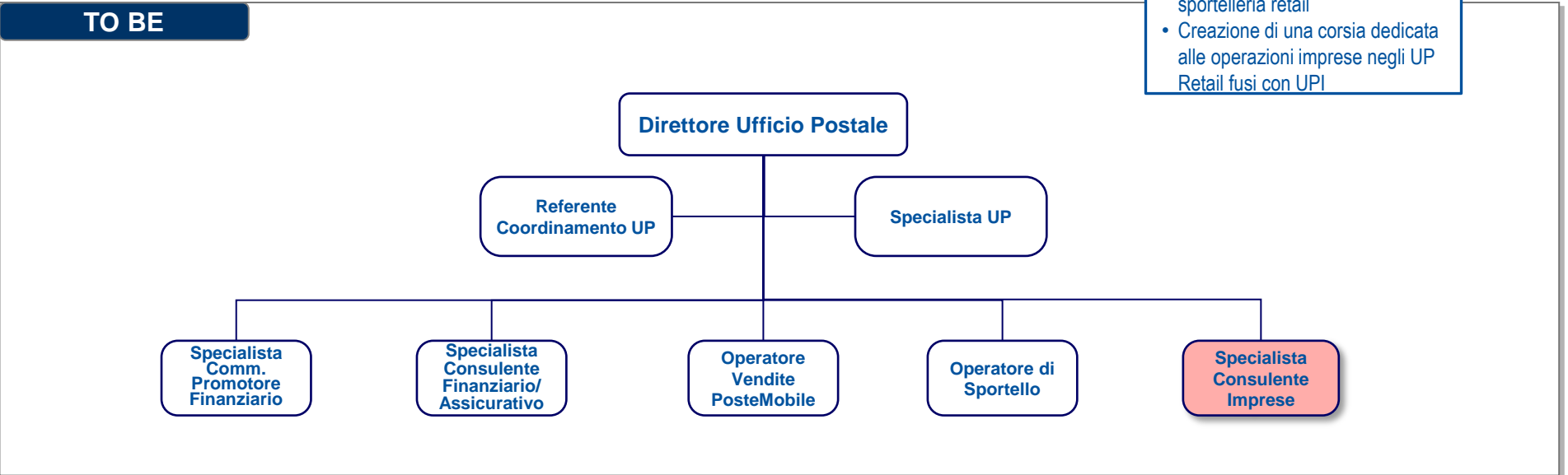


Modello Organizzativo – Filiale - UP

RETE UPI SUPERATA



- Confluenza OSP imprese nella sportelleria retail
- Creazione di una corsia dedicata alle operazioni imprese negli UP Retail fusi con UPI

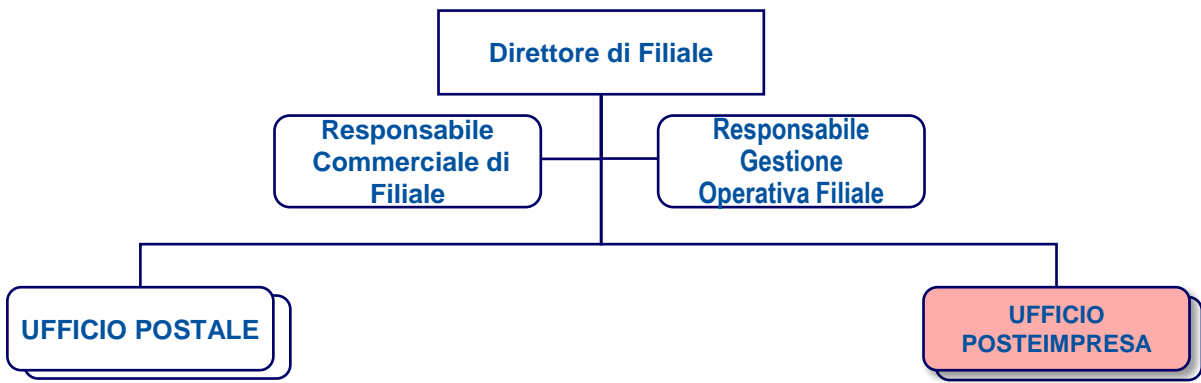


Aree di intervento



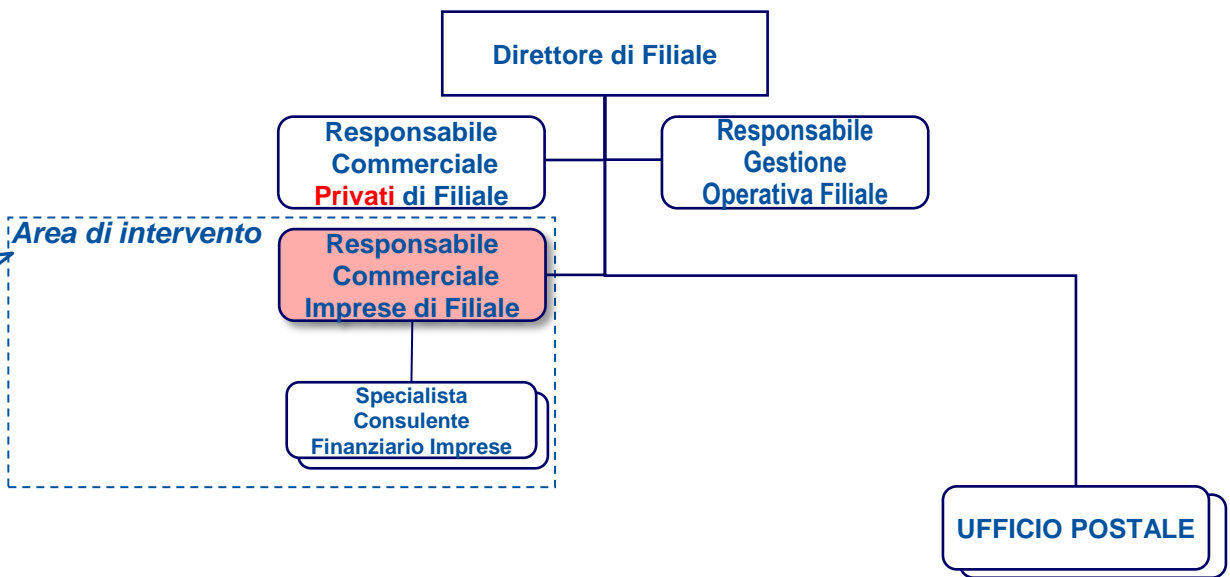
Mercato Privati

AS IS



TO BE

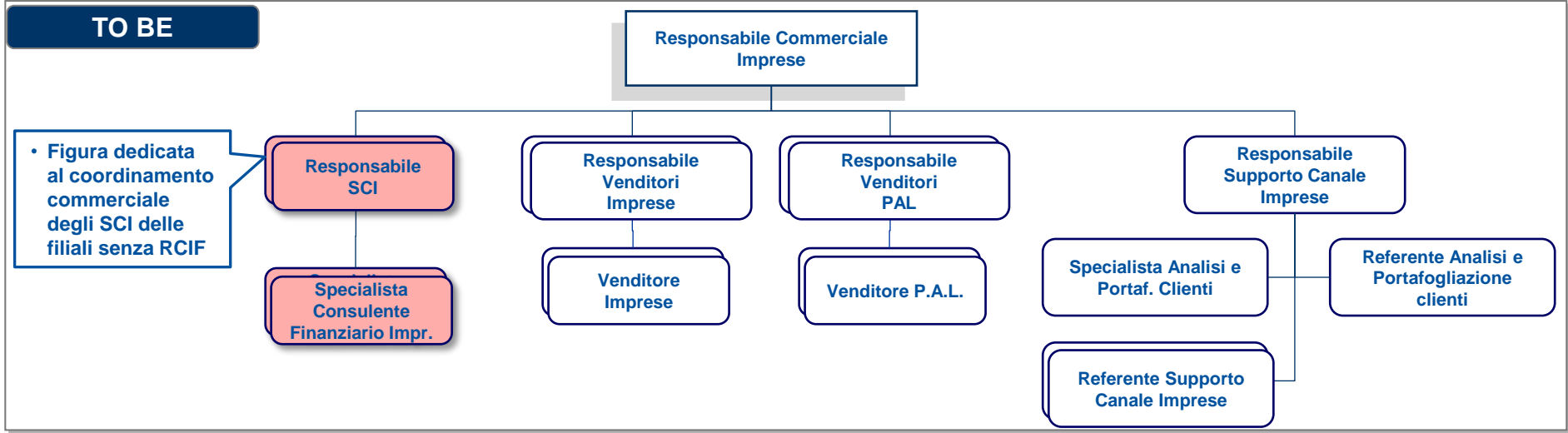
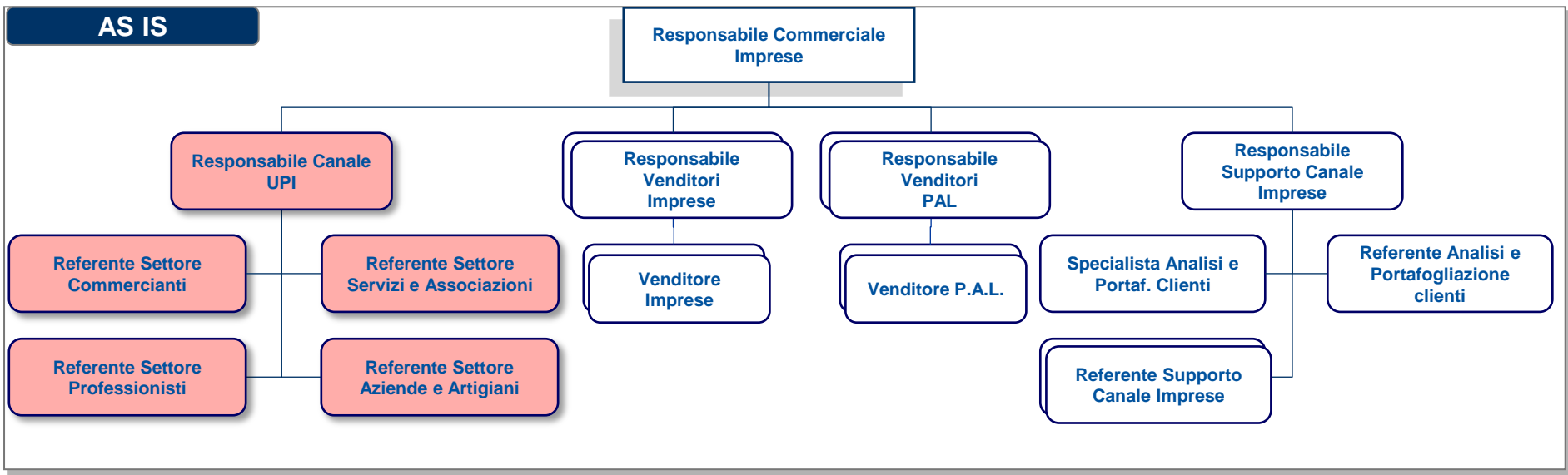
• Presidio dedicato previsto solo in filiali ad elevata complessità (nr. di specialisti gestiti)



Aree di intervento



Mercato Privati



Aree di intervento



Mercato Privati

Razionali di Intervento

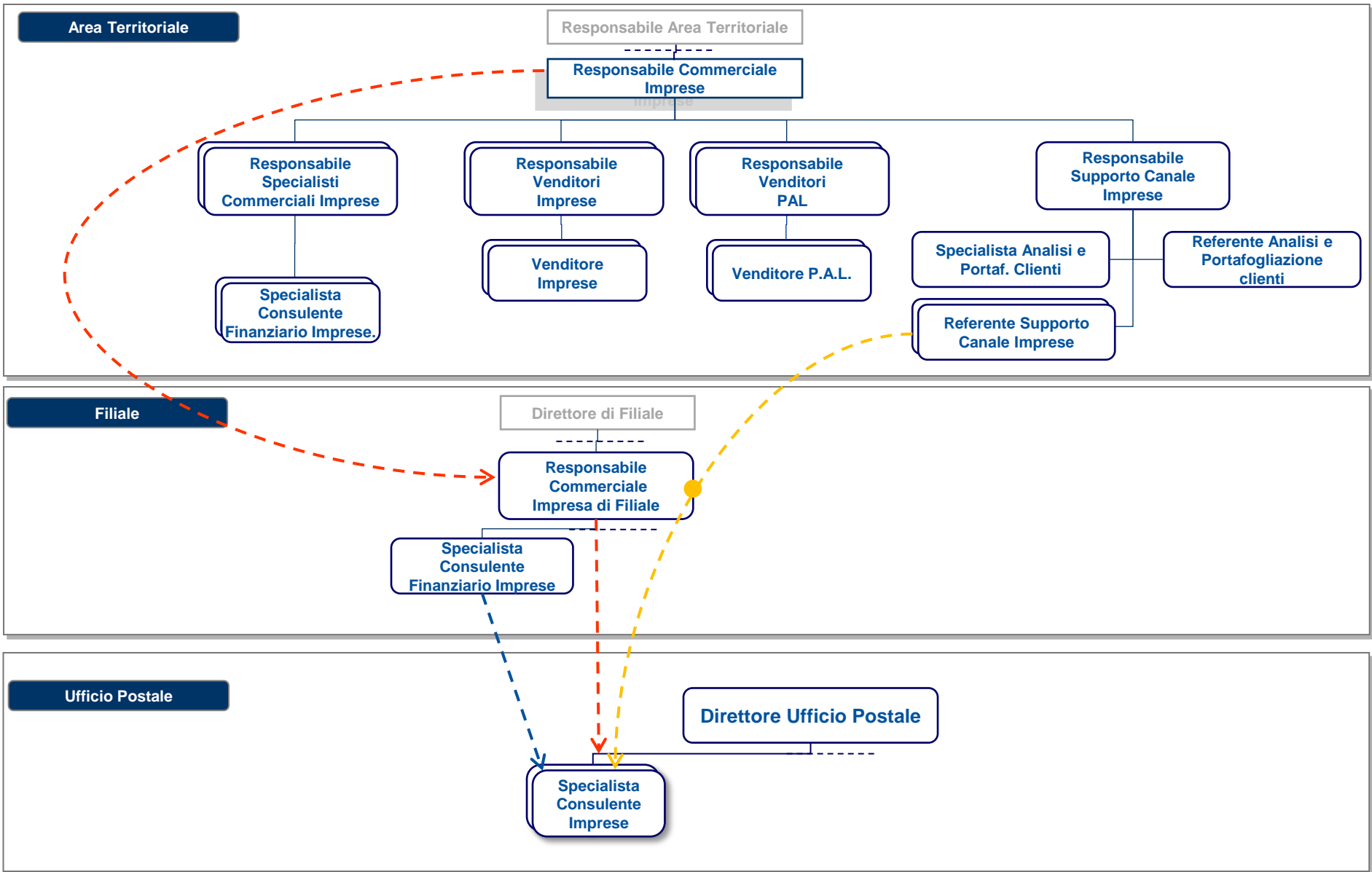
Superamento rete UPI

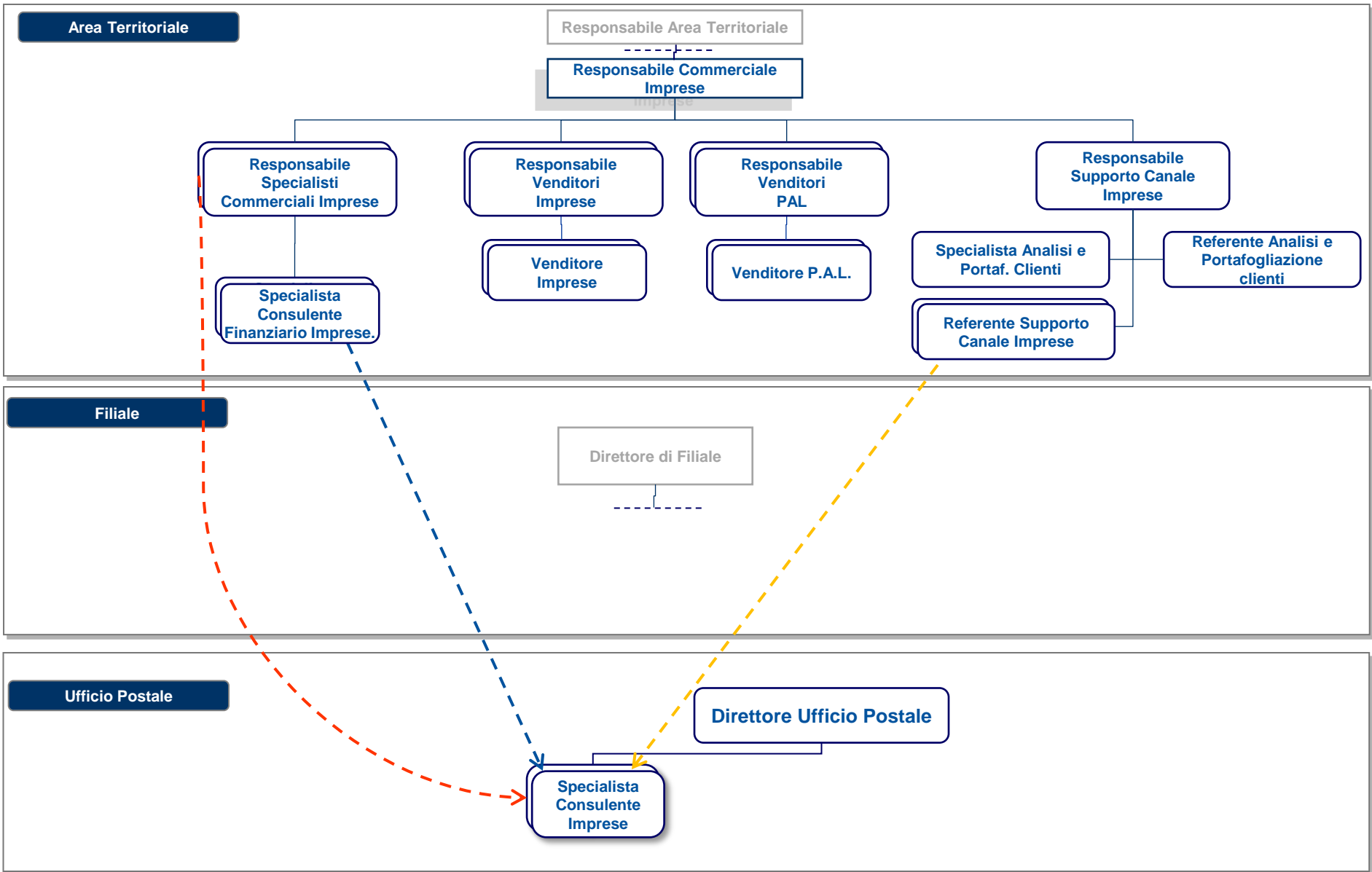
Evoluzione della Struttura Commerciale di AT e Filiale

Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti







Razionali di Intervento

Superamento rete UPI

Evoluzione della Struttura Commerciale di AT e Filiale

Evoluzione dei Flussi Commerciali

Nuovi Dimensionamenti



Dimensionamenti Filiale e AT*

Focus successivo

AREA TERRITORIALE	NUOVO DIMENSIONAMENTO DI AT								NUOVO DIM FILIALE			TOTALE	
	A1	A2	A1	B	A1	A2	A2	B	TOTALE AT	A1	B		TOTALE FILIALE
	X Responsabili Canale UPI	X Referenti Settore Merceologico	NEW Responsabili Specialisti Consulenti Imprese	NEW Specialisti Consulenti Finanziari Imprese	Responsabili Supporto Canale Imprese	+ Referenti Supporto Canale Imprese	Referenti Analisi e Portafogliazi one Clienti	+ Specialisti Analisi e Portafogliazi one Clienti		NEW Responsabili Commerciali Imprese di Filiale	NEW Specialisti Consulenti Finanziari Imprese		
CENTRO	0	0	4	8	1	14	1	4	32	9	14	23	55
CENTRO 1	0	0	4	8	1	10	1	3	27	5	6	11	38
CENTRO NORD	0	0	5	10	1	10	1	3	30	5	7	12	42
LOMBARDIA	0	0	6	11	1	17	1	4	40	7	8	15	55
NORD EST	0	0	5	8	1	9	1	2	26	4	5	9	35
NORD OVEST	0	0	6	13	1	10	1	2	33	3	5	8	41
SUD	0	0	6	9	1	8	1	2	27	3	5	8	35
SUD 1	0	0	3	6	1	6	1	2	19	2	3	5	24
SUD 2	0	0	4	7	1	6	1	1	20	3	5	8	28
TOTALE	0	0	43	80	9	90	9	23	254	41	58	99	353
DELTA VS OLD	-9	-36	+43	+80	+0	+19	+0	+9	+106	+41	+58	+99	+205

+ Figura potenziata


X Figura superata

* Al netto del mondo Venditori e Responsabili Venditori



Mercato Privati

Focus Referente Supporto Canale Imprese

AREA TERRITORIALE	Referenti Supporto Canale Imprese			MACROCATEGORIA COMPARTI	% INCIDENZA SUI RICAVI	MACROCATEGORIE PRODOTTI		
	Dimensionamento OLD	Dimensionamento NEW	NEW vs OLD					
CENTRO	10	14	4	POSTA 1 POSTA TRADIZIONALE 2 POSTA COMMERCIALE	60%	Raccomandata; Raccomandata1		
CENTRO 1	8	10	2			3 PACCHI	8% 	Posta Target e Direct Marketing
CENTRO NORD	8	10	2	4 FINANZIARI	27%			Conti Correnti; Servizi Accessori
LOMBARDIA	15	17	2					5 SOCIETA' DEL GRUPPO
NORD EST	7	9	2	SUD	SUD 1	SUD 2		
NORD OVEST	8	10	2				TOTALE	

Le tabelle riportate evidenziano:

- una suddivisione in 5 comparti delle attività dei **Referenti Supporto canale Impresa**
- un incremento del dimensionamento NEW vs OLD pari a **19 FTE**, di seguito le direttrici dell'incremento:
 - focalizzazione sull'attività di supporto per tutta la forza vendita compresi gli ex SPI
 - elevata numerosità dei contratti fuori standard (circa il 60%), che richiedono il supporto del Referente per il coinvolgimento di SDA, finalizzato alla customizzazione dell'offerta (pricing)
 - incremento del comparto pacchi per i prodotti e-commerce



Nuovi Dimensionamenti Venditori

AREA TERRITORIALE	CONSISTENZE			NUOVO DIMENSIONAMENTO			DELTA
	Specialisti Settore Merceologico	Specialisti Partite IVA	TOTALE AS IS	Specialisti Consulenti Imprese	Specialisti Consulenti Finanziari Imprese	TOTALE TO BE	
CENTRO	121	71	192	175	22	197	+5
CENTRO 1	103	38	141	123	14	137	-4
CENTRO NORD	85	47	132	137	17	154	+22
LOMBARDIA	167	49	216	157	19	176	-40
NORD EST	70	66	136	125	13	138	+3
NORD OVEST	93	60	153	143	18	161	+8
SUD	68	48	116	123	14	137	+21
SUD 1	61	50	110	83	9	92	-18
SUD 2	49	38	86	86	12	98	+12
TOTALE	815	467	1282	1152	138	1290	+8



Mercato Privati

Le numeriche di SSM e SPI fanno riferimento ad un dato di consistenza in FTE

Posteitaliane

INTERVENTI	N° UP	DUPI				CUPIDT	OSP
		TOT	A1	A2	B		TOTALI
CHIUSURA	14	14	2	12	0	6	23
FUSIONE CON UP ADIACENTE	162	157	104	51	2	153	493
TRASFORMAZIONE IN RETAIL	71	68	19	49	0	44	159
TOTALE	247	239	125	112	2	203	674



Superamento rete UPI - Sintesi Ricadute per Livello

RICADUTE	INTERVENTI	DUP			CUPIDT	TOT
		A1	A2	B		
ESUBERI	CHIUSURA + FUSIONE	106	63	205		374
CONVERSIONE ATTIVITA'	TRASFORMAZIONE IN RETAIL	19	49	0		68
TOTALE		125	112	205		442

Di cui 44 su UPI riconvertiti in UP Retail mono turno

Esclusi i 674 OSP (di cui 159 oggi in UP da convertire in retail) che verranno ricollocati sul retail anche per la creazione di corsie dedicate ai clienti imprese in UPI fusi e convertiti

