

CONSEGNA TO OO.SS.  
04/06/15

# 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**



Mercato Privati

# Posteitaliane

## Struttura commerciale attuale: il punto di partenza

3

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



Mercato Privati

# Posteitaliane

## Sintesi delle linee guida di intervento

4

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 adempimento alla normativa Bankitalia



Mercato Privati

# Posteitaliane

**Razionali di Intervento**

**Superamento rete UPI**

**Evoluzione della Struttura Commerciale di AT e Filiale**

**Evoluzione dei Flussi Commerciali**

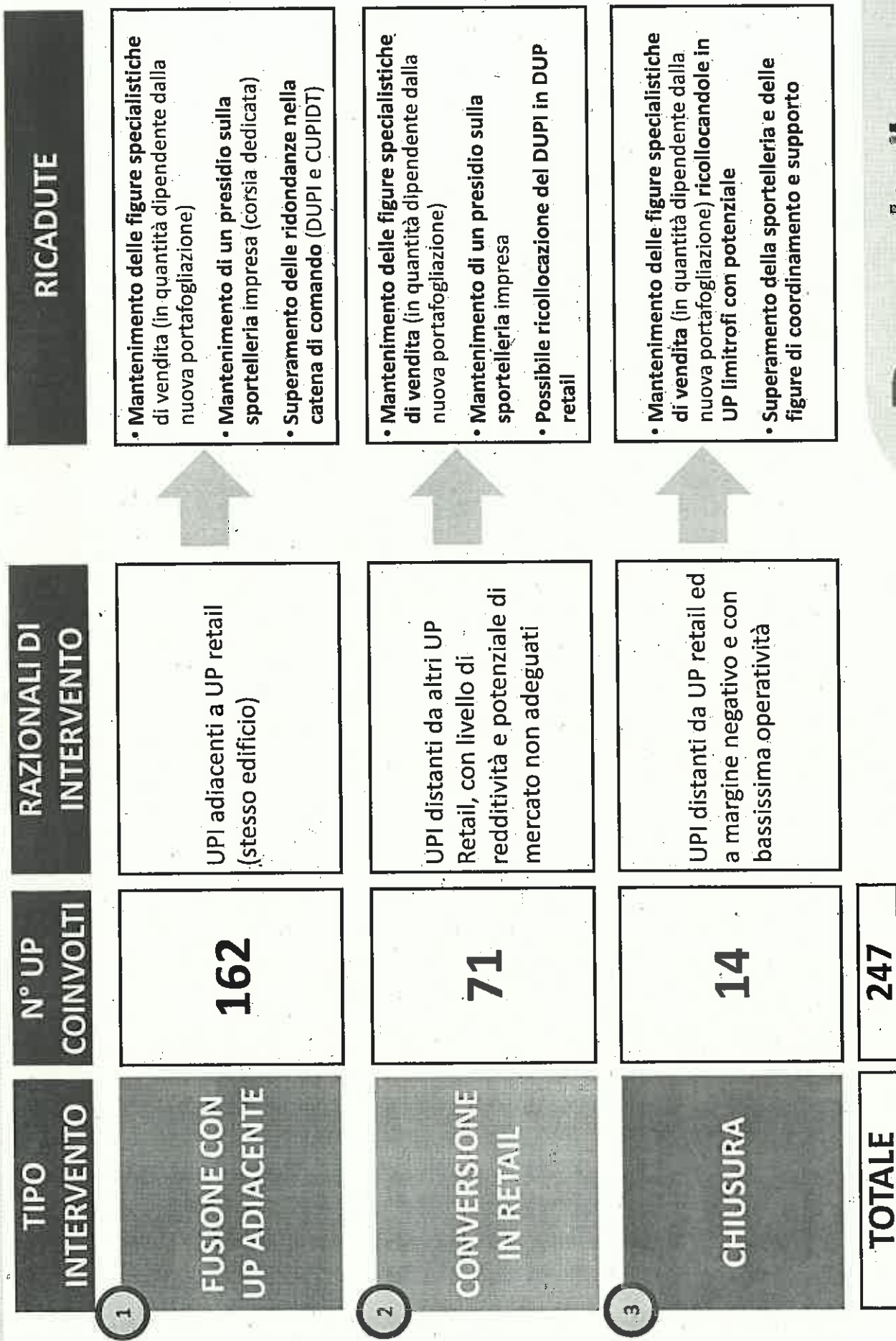
**Nuovi Dimensionamenti**



Mercato Privati

# Posteitaliane

# Focus Evoluzione Rete UPI



Mercato Privati

# Posteitaliane

# Focus Evoluzione Rete UPI – Dettaglio per AT

• Ricadute rispetto a chiusure e fusioni

AREA TERRITORIALE	1. INTERVENTO			2. RICADUTE				CUPIDT
	CHIUSURA	FUSIONE CON UP ADIACENTE	CONVERSIONE IN UP RETAIL	DUPI			TOTALE	
				A1	A2	B		
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
<b>TOTALE</b>	<b>14</b>	<b>162</b>	<b>71</b>	<b>106</b>	<b>63</b>	<b>2</b>	<b>171</b>	<b>203</b>



Mercato Privati



**Razionali di Intervento**

**Superamento rete UPI**

**Evoluzione della Struttura Commerciale di AT e Filiale**

**Evoluzione dei Flussi Commerciali**

**Nuovi Dimensionamenti**

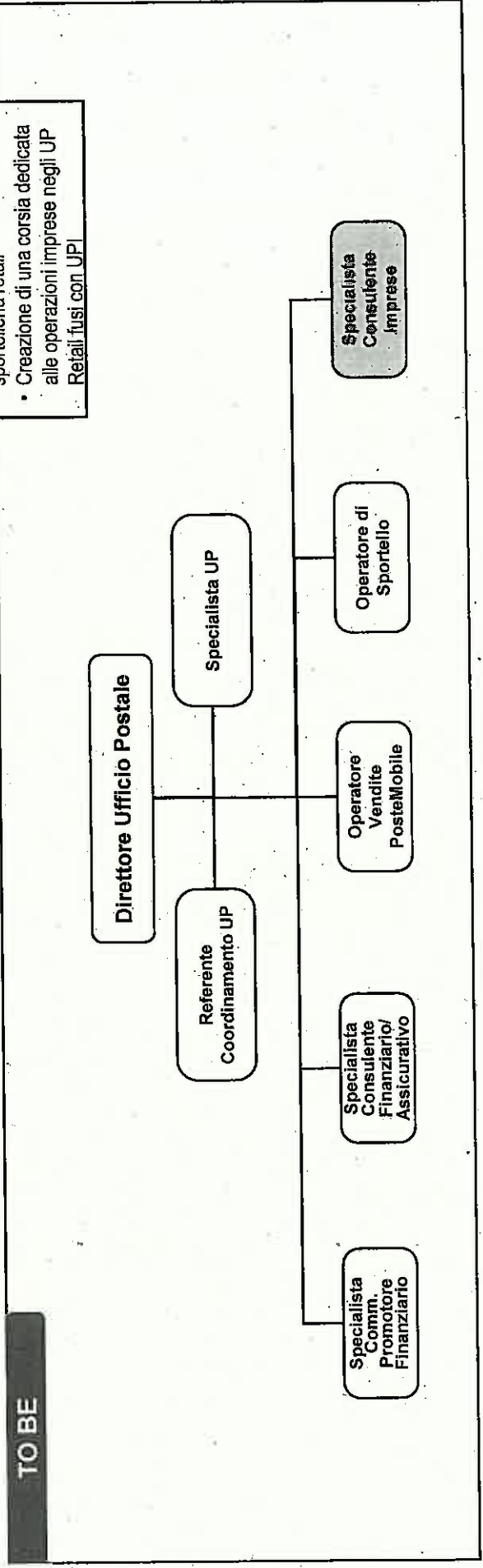
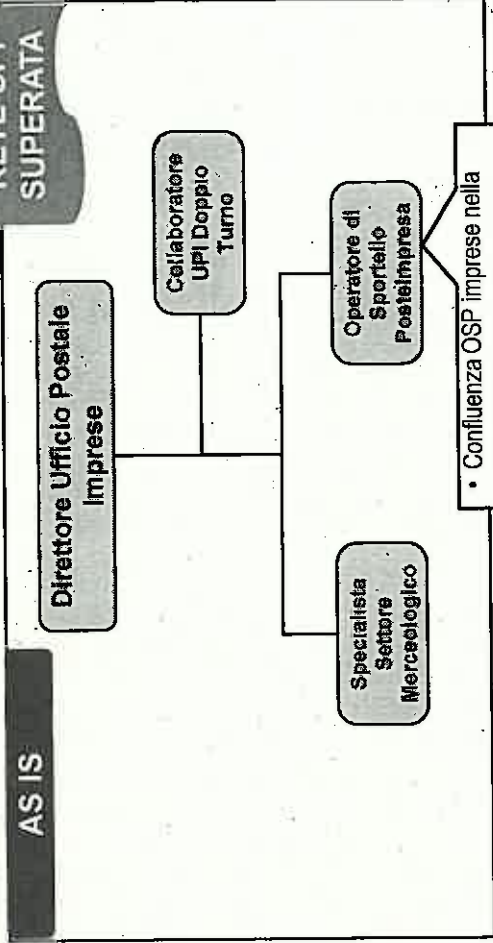
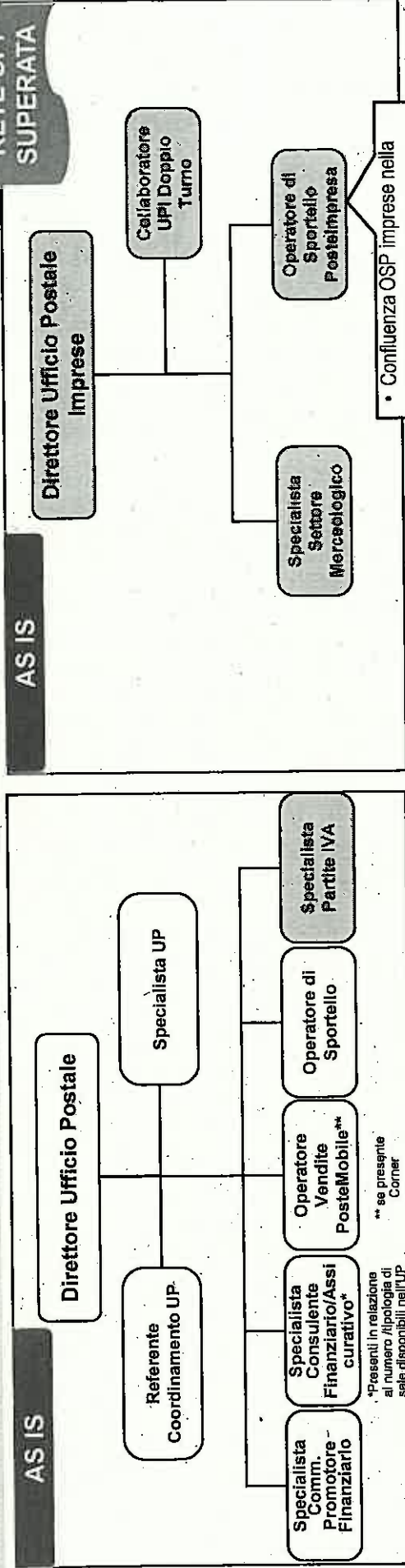


Mercato Privati

**Posteitaliane**



# Modello Organizzativo – Filiale - UP



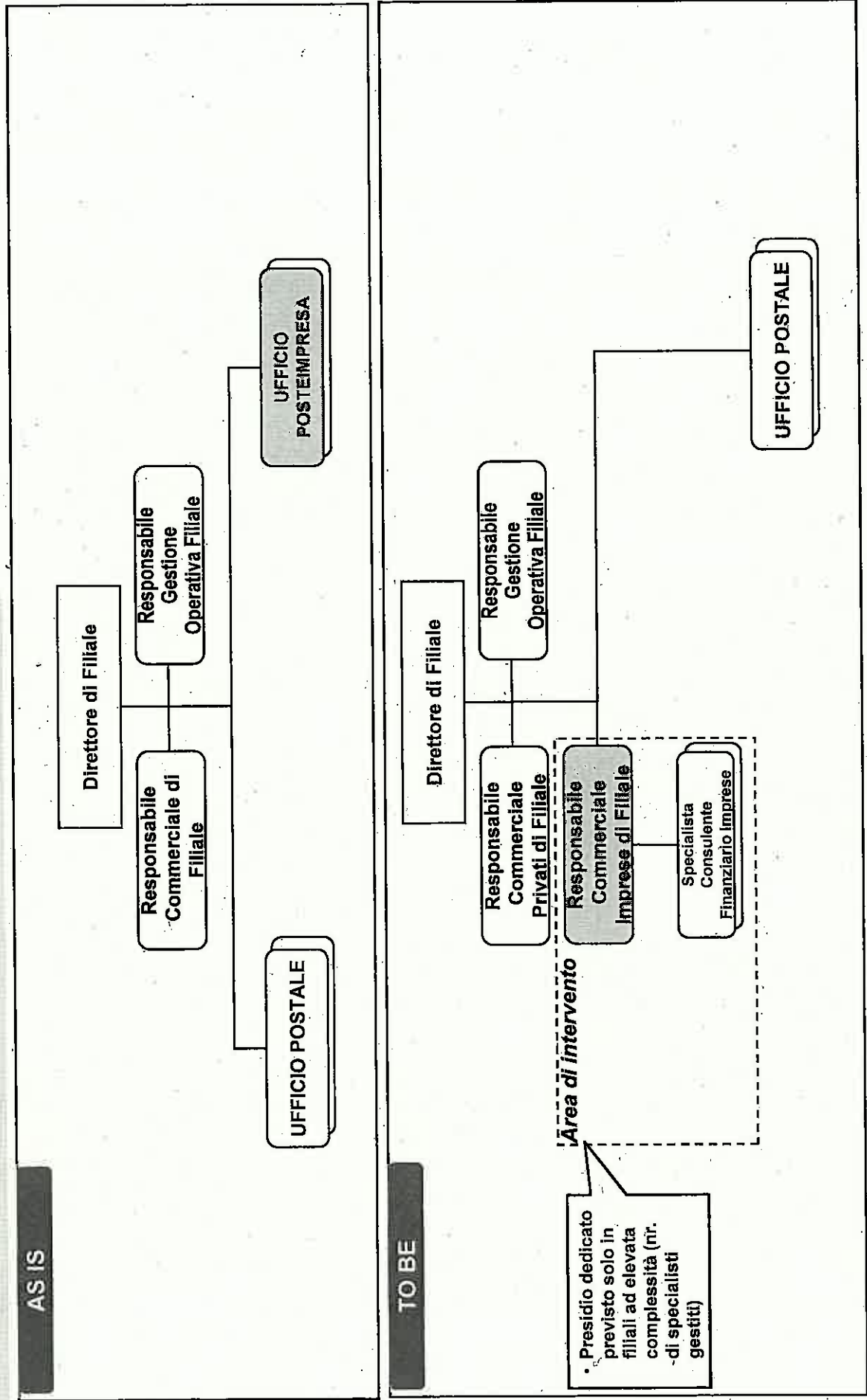
Area di intervento



Mercato Privati



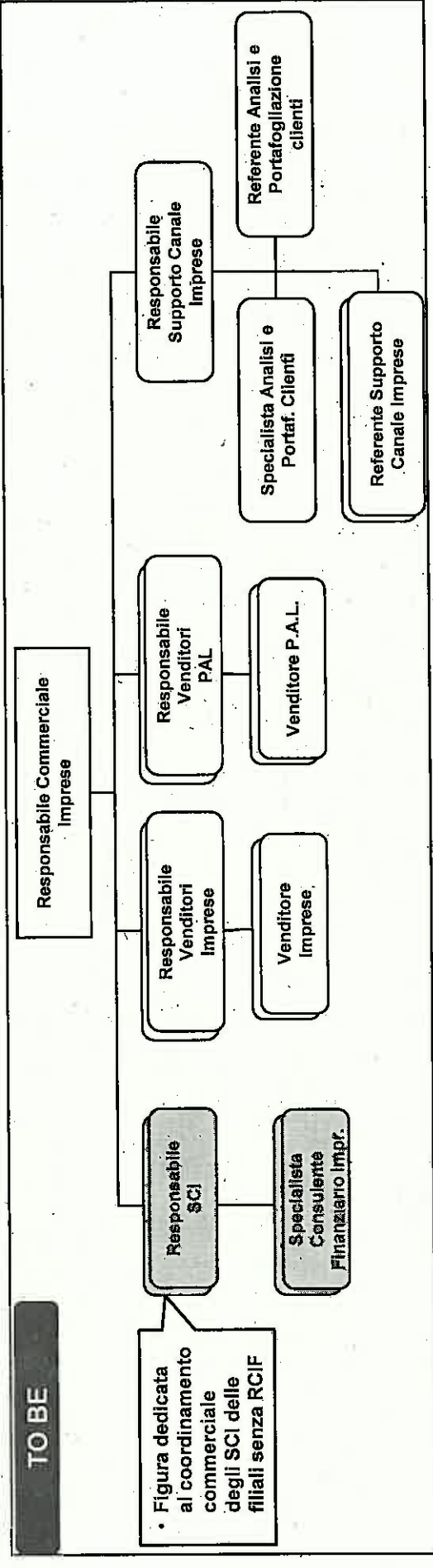
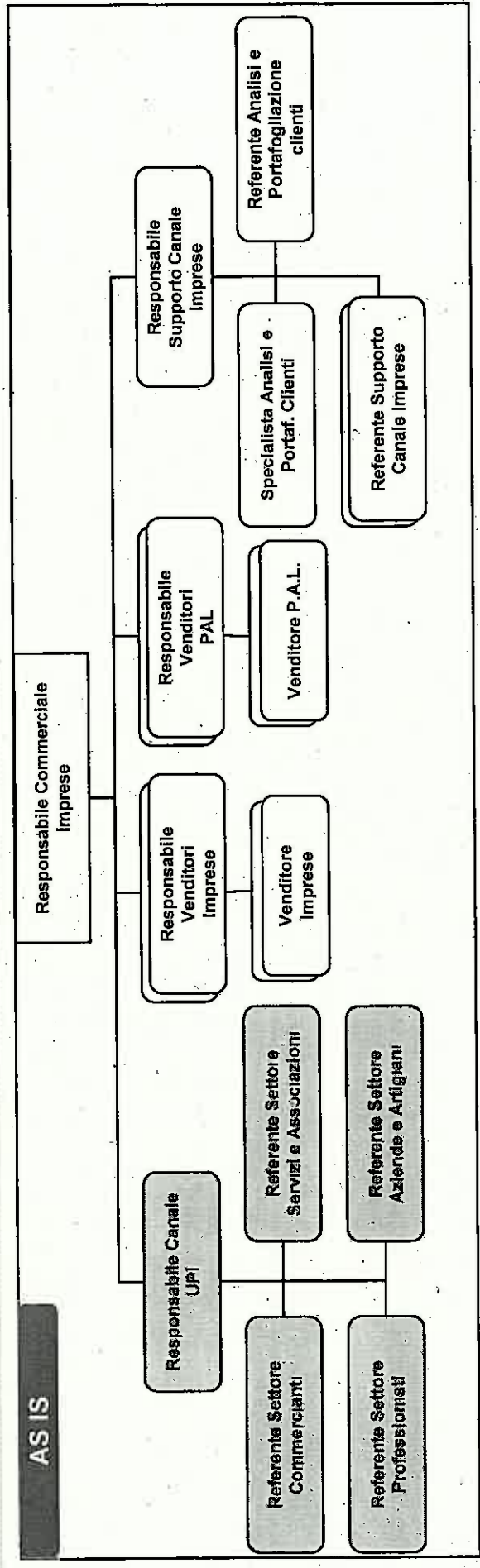
# Struttura Filiale – AS IS e TO BE



Area di intervento  
Mercato Privati



# Struttura AT - AS IS e TO BE



Area di intervento

Mercato Privati

# Posteitaliane

## Agenda

**Razionali di Intervento**

**Superamento rete UPI**

**Evoluzione della Struttura Commerciale di AT e Filiale**

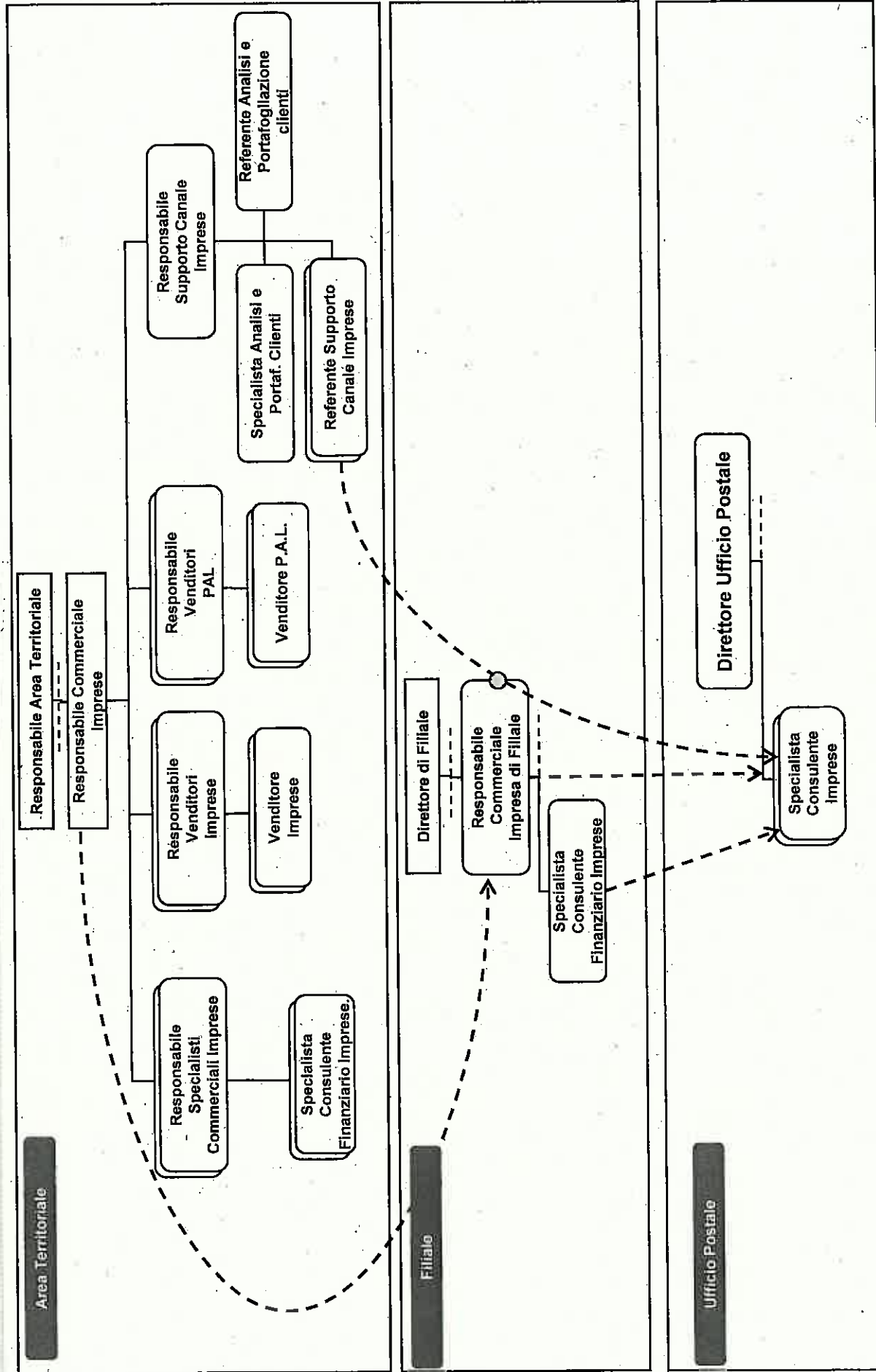
**Evoluzione dei Flussi Commerciali**

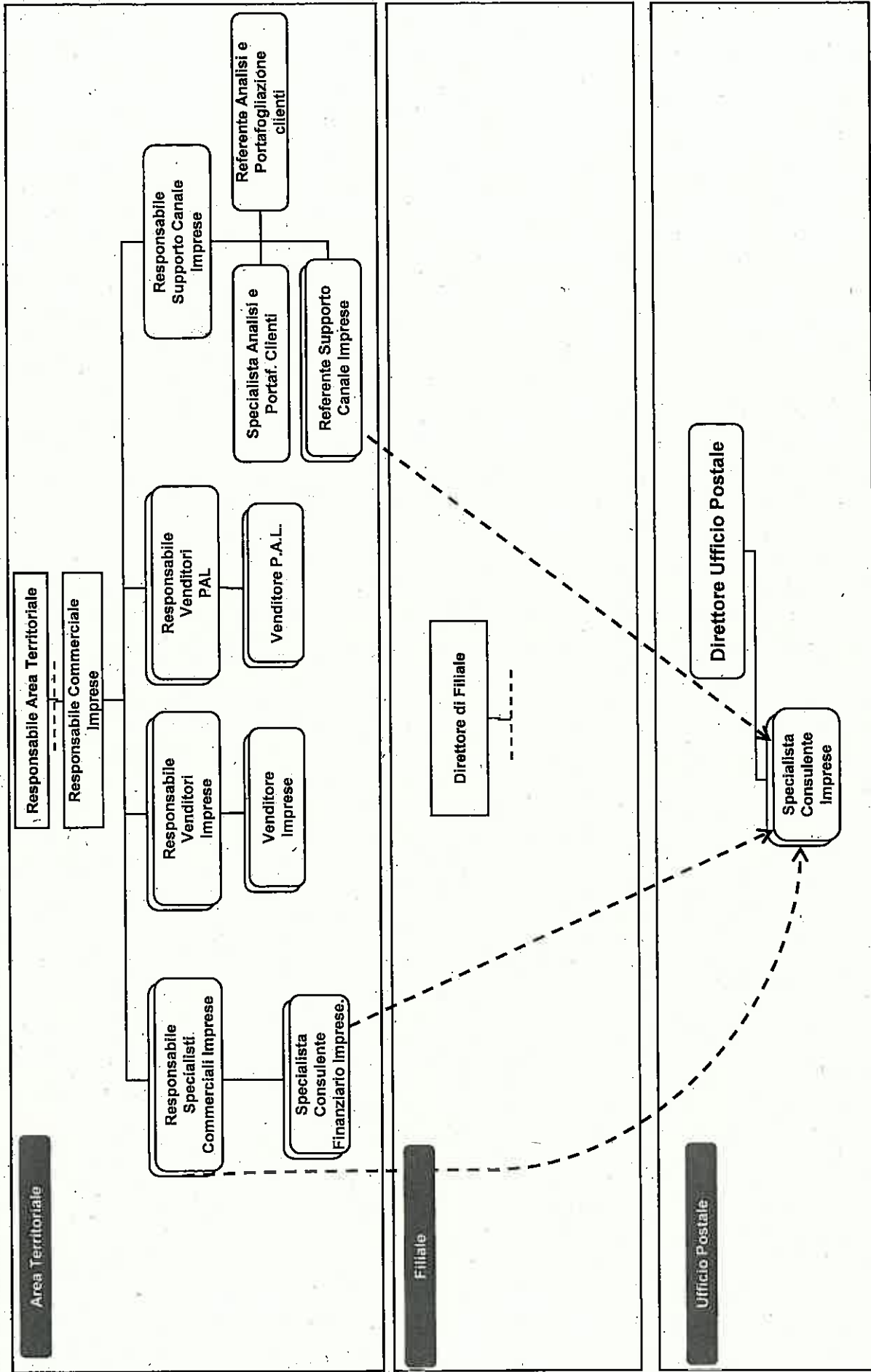
**Nuovi Dimensionamenti**



Mercato Privati

**Posteitaliane**





**Razionali di Intervento**

**Superamento rete UPI**

**Evoluzione della Struttura Commerciale di AT e Filiale**

**Evoluzione dei Flussi Commerciali**

**Nuovi Dimensionamenti**



Mercato Privati

**Posteitaliane**

# Dimensionamenti Filiale e AT\*

Focus Successivo

AREA TERRITORIALE	NUOVO DIMENSIONAMENTO DI AT										NUOVO DIM FILIALE			TOTALE		
	A1	A2	A1	B	A1	A2	A2	B	A1	B	NEW	TOTALE AT	A1		B	TOTALE FILIALE
	Responsabili Canale UPI	Referenti Settore Merceologico	Responsabili Supporto Canale Imprese	NEW Responsabili Specialisti Consulenti Imprese	Responsabili Supporto Canale Imprese	Referenti Supporto Canale Imprese	Referenti Supporto Canale Imprese	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	1	1	14	32	8	14	54	
CENTRO 1	0	0	4	8	1	10	1	3	1	1	10	27	5	6	38	
CENTRO NORD	0	0	4	9	1	10	1	3	1	1	10	28	5	8	41	
LOMBARDIA	0	0	5	10	1	17	1	4	1	1	17	38	7	9	54	
NORD EST	0	0	4	7	1	9	1	2	1	1	9	24	4	6	34	
NORD OVEST	0	0	6	14	1	10	1	2	1	1	10	34	3	4	41	
SUD	0	0	5	9	1	8	1	2	1	1	8	26	3	5	34	
SUD 1	0	0	3	6	1	6	1	2	1	1	6	19	2	3	24	
SUD 2	0	0	5	9	1	6	1	1	1	1	6	23	2	3	28	
TOTALE	0	0	40	80	9	90	9	23	9	9	90	251	39	58	348	
DELTA VS OLD	-8	-36	+40	+80	+0	+19	+0	+9	+0	+0	+19	+143	+39	+58	+200	

Figura potenziata

Figura superata

Mercato Privati

\* Al netto del mondo Venditori e Responsabili Venditori

# Posteitaliane



# Focus Referente Supporto Canale Imprese

AREA TERRITORIALE	Referenti Supporto Canale Imprese		MACROCATEGORIA COMPARTI	% INCIDENZA SUI RICAVI	MACROCATEGORIE PRODOTTI
	Dimensionamento OLD	Dimensionamento NEW			
CENTRO	10	14	1 POSTA 2 POSTA TRADIZIONALE	60%	Raccomandata; Raccomandata1
CENTRO 1	8	10			
CENTRO NORD	8	10	3 PACCHI	8%	Posta Target e Direct Marketing
LOMBARDIA	15	17			
NORD EST	7	9	4 FINANZIARI	27%	Corriere Espresso; Pacchi
NORD OVEST	8	10			
SUD	5	8	5 SOCIETA' DEL GRUPPO	5%	Conti Correnti; Servizi Accessori
SUD 1	5	6			
SUD 2	5	6			SIM; Postel Office Prodotti
<b>TOTALE</b>	<b>71</b>	<b>90</b>			

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



Mercato Privati

# Posteitaliane

# Nuovi Dimensionamenti Venditori

18

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	45	36	80	123	14	137	+57
SUD 1	61	50	110	83	9	92	-18
SUD 2	49	38	87	86	12	98	+11
<b>TOTALE</b>	<b>792</b>	<b>454</b>	<b>1246</b>	<b>1152</b>	<b>138</b>	<b>1290</b>	<b>+44</b>

Mercato Privati

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

# Posteitaliane

# Superamento rete UPI – Personale Coinvolto

19

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



Mercato Privati

# Posteitaliane

# Superamento rete UPI - Sintesi Ricadute per Livello

Di cui 44 su UPI riconvertiti in UP Retail mono turno

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

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

